

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ESTADÍSTICA Y FINANZAS
CARRERA DE FINANZAS**

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN FINANZAS

TEMA:

“IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS PARA PROMOVER EL TURISMO
COMUNITARIO EN LA PARROQUIA RURAL DE PERUCHO, CANTÓN QUITO, AÑO 2012”

AUTOR:

CRISTINA ESTEFANÍA MARTÍNEZ RAMOS

DIRECTOR:

ECON. ANTONIO REA

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mi familia que gracias a su apoyo pude concluir mi carrera universitaria.

A mis padres Gladys y Guillermo por ser el pilar fundamental en mi vida, por brindarme los recursos necesarios, por su infinito amor y por su apoyo incondicional. Por ser los mejores padres, por regalarme más que una palabra, todo su aliento y su vida.

A mi esposo Javier por recordarme cada día que debo luchar por lograr mis metas, por regalarme su ánimo y paciencia y que junto a mi hermoso hijo David hemos pasado sacrificios para lograr nuestros sueños.

Para ti mi ángel Jesús David por darme el valor para enfrentar las dificultades de cada día, porque es el sacrificio de tus abuelos plasmado en mí para tu prosperidad.

A mis hermanos Edwin y Paúl, a mis hermanas Elizabeth y Gaby.

A mis sobrinos Bryan, Milena, Nicole, Samir y Keyla.

Cristina Martínez Ramos

AGRADECIMIENTO

Llegan a mi mente personas que gracias a su apoyo incondicional he logrado culminar una etapa más en mi vida.

A Dios por estar junto a mí en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente.

A mis padres porque me han regalado la mejor de las herencias, mi título universitario. Por sus bendiciones y por no descansar hasta verme culminar mis metas.

A mi esposo por su apoyo, amor y comprensión.

A mi abuelita Rosario por regalarme sus bendiciones.

Un agradecimiento especial a mi Director el Economista Antonio Rea por hacer posible esta tesis. Y al Director de la Escuela de Estadística y Finanzas el Economista Max Andrade por brindarme su apoyo y colaboración.

A Ibeth y Cinthya por darme ánimo y brindarme su ayuda siempre.

A mis tías, a mis primas y a todos aquellos que participaron directa e indirectamente en la elaboración de esta tesis.

Gracias a todas las personas que siempre me apoyaron.


Cristina Martínez Ramos

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, CRISTINA ESTEFANÍA MARTÍNEZ RAMOS en calidad de autora de la tesis realizada sobre “IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS PARA PROMOVER EL TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA RURAL DE PERUCHO, CANTÓN QUITO, AÑO 2012” por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, 20 de Junio de 2013



CRISTINA ESTEFANÍA MARTÍNEZ RAMOS

CC: 020189255-1

Correo electrónico: crismar11@hotmail.es

ECON. ANTONIO RICARDO REA T.; "M.Sc."
PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO Y ECONOMÍA
AMBIENTAL; "MBA" EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS.

Quito, D. M., abril 30 de 2013

Ciudad Universitaria – FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS U. C. E.

Estimado: Economista Enrique Lasprilla R. – DECANO DE LA FACULTAD.

Asunto: Informe Académico de Dirección de Tesis titulada "IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS PARA PROMOVER EL TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA RURAL DE PERUCHO, CANTÓN QUITO, AÑO 2012"

Señor Decano; a la fecha, la egresada CRISTINA MARTÍNEZ RAMOS, concluyó su investigación de la mencionada tesis, previo a la obtención del título de Ingeniería en Finanzas. Investigación realizada bajo mi dirección, según oficio N° 1373-2012-DT de mayo 10 de 2012; se ha cumplido con el Plan y en el tiempo requerido.

Objetivo: La investigación aplicó el método analítico y sistémico, mediante la relación funcional causa- efecto, como estrategia sostenible, identificar un inventario de atractivos y servicios turísticos, definir necesidades de infraestructura, oportunidades de servicios más competitivos; identifica líneas de acción y uso óptimo de sitios turísticos con sus recursos naturales, mediante una propuesta de implementación de cabañas ecológicas para el ecoturismo y servicios de la parroquia Perucho del cantón Quito; estrategia de marketing y Desarrollo Sustentable.

Para lo expuesto, la investigación se propuso el Desarrollo Socioeconómico y Gestión Local, conocer los antecedentes de la parroquia mediante un diagnóstico situacional de la organización, promoción del ecoturismo con actividad productiva y financiera.

En la oferta se involucra, la protección de los recursos naturales y culturales de la parroquia Perucho, lo que significa favorecer la permanencia de los ecosistemas en concordancia con los beneficios sociales y económicos, al fomentar mejores niveles de vida para el visitante y la comunidad, con el aprovechamiento y conservación de los servicios ambientales; metodología analítica de estadísticas e indicadores financieros.

Temas tratados en cinco (5) capítulos: (I) Plan de tesis; (II) Bases teóricas de turismo y diagnóstico situacional socioeconómico y las perspectivas de desarrollo comunitario turístico en la parroquia de Perucho; (III) Estudio de mercado de la oferta y la demanda turística; (IV) Proponer mecanismos de planificación, financiamiento y administración de las cabañas ecológicas; (V) Conclusiones y Recomendaciones.

Comentario; El documento tiene los requisitos para la defensa. Señor Decano le agradeceré dar el trámite correspondiente, previo a la obtención del título señalado.

Atentamente,



Econ. Antonio Ricardo Rea T.; M.Sc. & MBA

DIRECTOR DE TESIS.

CALLE MEJIA(1674-1684)N7-16 Y BAHAMONDE • QUITO-ECUADOR
TELÉFONO:2582935/096041319; E-MAIL: antonio_ricardo_rea@yahoo.com

ECON. ANTONIO RICARDO REA T.; "M.Sc."
PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO Y ECONOMÍA
AMBIENTAL; "MBA" EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS.

Quito, DM; 20 de mayo de 2013

FAC. CIENCIAS ECONÓMICAS UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.

Estimado: Economista Enrique Lasprilla R. – DECANO DE LA FACULTAD.

ASUNTO: Informe y Calificación de la Tesis titulada "IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS PARA PROMOVER EL TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA RURAL DE PERUCHO, CANTÓN QUITO, AÑO 2012", presentada por la egresada CRISTINA MARTÍNEZ RAMOS, previo a la obtención del Título de Ingeniería en Finanzas.

Señor Decano; en cumplimiento con el Oficio N°.1589 -2013 -D. T. del 15 de mayo de 2013, se presenta el informe de la referida tesis; la egresada presenta su investigación en un documento de cinco capítulos, con anexos referenciales y bibliografía.

La investigación se fundamenta en base a:

- Cumplimiento de Objetivos; están vinculados explícitamente al requerimiento de lo planteado, la investigación de campo utiliza herramientas de muestreo y encuestas.
- Demostración de Hipótesis; su carácter es de trabajo por tanto son alternativas, dando paso a la investigación para ser demostradas en teoría y su posible aplicación.
- El contenido; Cap. I, Plan de tesis; Cap. II, Bases teóricas de turismo y diagnóstico situacional socioeconómico y las perspectivas de desarrollo comunitario turístico en la parroquia de Perucho; Cap. III, estudio de mercado de la oferta y demanda turística; Cap. IV, Proponer mecanismos de Planificación, Financiamiento y administración de las cabañas ecológicas, con instrumentos financieros: TIR, VAN y Costo-Beneficio; y, Cap. V, Conclusiones y Recomendaciones con el resultado de la investigación;
- La Nota; es de 10/10 (diez sobre diez).
- Recomienda la publicación de la tesis; SI (X)
- Razón de la Publicación; apoyo a la gestión de turismo comunitario en Perucho; se aprueba la investigación a fin de proceder con la defensa pública y fines reglamentarios.

Atentamente,


Econ. Antonio Rea T.; M.Sc & M.B.A

DIRECTOR DE TESIS

RECIBIDO:.....
FECHA:..... 20 MAY 2013
HORA:.....
DEPARTAMENTO DE TESIS

CALLE MEJIA(1674-1684)N7-16 Y BAHAMONDE • QUITO-ECUADOR
TELÉFONO:2/582935/096041319/E-mail: antonio_ricardo_rea@yahoo.com



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Tel. 2523211 – 2529129 – 2521641 Apartado 1088 Quito – Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACIÓN DE TESIS DE GRADO

TÍTULO DE LA TESIS: *“IMPLEMENTACION DE CABAÑAS ECOLOGICAS PARA PROMOVER EL TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA RURAL DE PERUCHO, CANTON QUITO, AÑO 2012”*

EGRESADA: Martínez Ramos Cristina Estefanía

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

En base a los procedimientos establecidos en el marco metodológico, el documento del estudio cumple con los respectivos objetivos específicos.

DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS

Las hipótesis son una guía de investigación y se ha buscado su demostración en cada uno de los capítulos.

METODOLOGÍA Y VARIABLE UTILIZADAS

La metodología permite caracterizar los diferentes aspectos conceptualizados que describen cada uno de los objetivos, así como permite su cumplimiento y, a su vez demostrar las hipótesis.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

Las conclusiones y recomendaciones son para cada capítulo y, a su vez, cada conclusión está relacionada con cada recomendación

NOTA: 9 (NUEVE)

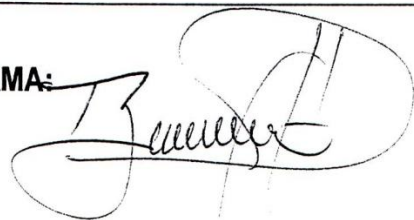
RECOMIENDA SU PUBLICACIÓN: SI NO X

RAZÓN DE LA PUBLICACIÓN

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACIÓN SI NO

PROFESOR: ECON. HANS BUCHELI

FIRMA:



FECHA: 22 DE MAYO DE 2012



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Tel-2523211 -2529129-2521641 Apartado 1088 Quito -
Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACIÓN DE TESIS DE GRADO

TITULO DE LA TESIS: *"IMPLEMENTACION DE CABAÑAS
ECOLÓGICAS PARA PROMOVER EL TURISMO COMUNITARIO
EN LA PARROQUIA RURAL DE PERUCHO, CANTÓN QUITO,
AÑO 2012"*

EGRESADA: Martínez Ramos Cristina Estefanía

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

En los tres objetivos específicos planteados, se han desarrollado de manera amplia, cumpliendo con la metodología para su desarrollo.

DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS

Las tres hipótesis específicas se han demostrado de manera afirmativa.

METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS

Se ha utilizado el método deductivo e inductivo y las variables más importantes que se han utilizado corresponden a: financiamiento, población y variables ambientales.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.

Las conclusiones y recomendaciones son consistentes entre si y responden a los objetivos e hipótesis planteados.

NOTA: 9 (NUEVE)

RECOMIENDA SU PUBLICACIÓN: SI (X) NO ()

RAZÓN DE LA PUBLICACIÓN

Para consulta de estudiantes.

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACIÓN SI
NO

PROFESOR:ECON. VICENTE PASPUCEL M.

FIRMA

FECHA: 30 DE MAYO DE 2013

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	iv
OFICIO DE CONCLUSIÓN DE LA TESIS EMITIDA POR EL DIRECTOR	v
COPIA DE LAS TRES NOTAS EMITIDAS POR EL TRIBUNAL CALIFICADOR	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xix
ÍNDICE DE MAPAS	xx
ÍNDICE DE CUADROS PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	xxii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xxiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxiv
ABSTRACT	xxv
CAPÍTULO 1.....	1
1 PLAN DE TESIS	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	2
1.4 Identificación del Problema	2
1.5 Delimitaciones	3
1.5.1 Tema.....	3

1.5.2	Delimitación Temporal.....	3
1.5.3	Delimitación Espacial.....	4
1.6	Objetivos de la investigación	6
1.6.1	Objetivo General	6
1.6.2	Objetivos Específicos	6
1.7	Hipótesis de la Investigación	6
1.7.1	Hipótesis General	6
1.7.2	Hipótesis Específica	6
1.8	Marco Teórico.....	7
1.8.1	La incompatibilidad entre crecimiento económico y equilibrio ecológico:	7
1.8.2	Teoría de las tres dimensiones del concepto de desarrollo sostenible	8
1.8.3	Dimensión Económica.....	9
1.8.4	Dimensión Social	10
1.9	Marco Conceptual	11
1.9.1	Desarrollo Sustentable	11
1.9.2	Turismo Comunitario Ecológico.....	14
1.10	Metodología	18
1.10.1	Métodos de investigación	18
1.10.2	Técnicas de Recolección de Información	20
1.11	Indicadores y Variables	21
1.12	Plan Analítico.....	22

CAPÍTULO II.....27

2 BASES TEÓRICAS DE TURISMO Y DIAGNOSTICO SITUACIONAL, SOCIO ECONÓMICO Y LAS PERSPECTIVAS DE DESARROLLO COMUNITARIO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE PERUCHO27

2.1	Turismo Comunitario	28
2.2	PROVINCIA DE PICHINCHA.....	30
2.2.1	Geografía física	30
2.3	PERUCHO.....	30
2.3.1	Aspectos físicos.....	31
2.4	Población de Perucho	31
2.4.1	Altitud.....	34
2.4.2	Clima	34
2.4.3	Temperatura	34

2.5	Población Económicamente Activa (PEA)	34
2.6	Infraestructura Básica y de Servicios	35
2.6.1	Vialidad	36
2.6.2	Agua Potable y Alcantarillado	36
2.6.3	Disponibilidad de Energía y Comunicaciones	37
2.6.4	Educación y Salud.....	38

CAPÍTULO III41

3	ESTUDIO DE MERCADO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA.....	41
3.1	Situación de la Oferta Turística de la Comunidad de Perucho.....	45
3.1.1	Oferta Actual.....	46
3.1.2	Establecimientos de Alojamiento	46
3.1.3	Establecimientos Gastronómicos	46
3.2	Servicios de Áreas Recreativas	48
3.2.1	Atractivos Culturales	54
3.2.2	Atractivos Naturales	56
3.3	Comportamiento Histórico de la Demanda Turística Nacional	60
3.3.1	Situación de la Demanda	62
3.3.2	Clasificación de la Demanda.....	62
3.3.3	Proyección de la Demanda en la Parroquia Perucho	64
3.3.4	Perfil del Turista Demandante	66
3.4	Tamaño de la Muestra	68
3.4.1	Procesamiento de la Información	69
3.4.2	Tamaño de los Grupos Visitantes.....	78
3.4.3	Preferencias por Tipo de Atractivo y Actividades del Turista	79
3.4.3.1	Ingresos del Turista	81
3.4.3.2	Ingresos que el Turista está en Capacidad de Pagar	82
3.5	La Oferta del Servicio.....	87
3.5.1	Comportamiento de la Oferta.....	87
3.5.2	Demanda Insatisfecha.....	89
3.6	Plan Estratégico de Marketing	90
3.6.1	Producto o Servicio	92
3.6.2	Variedad y Opciones	96
3.6.3	Calidad de los Elementos de la Ruta	97
3.6.4	Diseño de las Rutas	99

3.6.5	Paquetes Turísticos	100
3.6.6	Políticas de Promoción	100

CAPÍTULO IV.....102

4 PROPONER MECANISMOS DE PLANIFICACIÓN, FINANCIAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS.....102

4.1	Planificación y Administración.....	103
4.1.1	Tipo de Empresa	104
4.1.2	Accionistas o Propietarios	105
4.1.3	Administración de la “Empresa”	106
4.1.4	Reglamento de la Empresa.....	111
4.1.5	Estructura del Orgánico Funcional	115
4.1.6	Actividades de Cada Grupo	116
4.2	Evaluación Económica y Financiera	122
4.2.1	Estudio Económico y Evaluación Financiera	122
4.2.2	Objetivo de la Inversión.....	122
4.2.3	Alianzas Estratégicas.....	123
4.2.4	Inversiones	123
4.2.4.1	Activos Fijos	124
4.2.4.2	Muebles	125
4.2.4.3	Equipos de Oficina	125
4.2.4.4	Máquinas	125
4.2.4.5	Suministros de Oficina e Insumos	126
4.2.4.6	Menaje	128
4.2.4.7	Enseres.....	129
4.2.4.8	Materias Primas.....	130
4.2.4.9	Depreciación de Activos Fijos	133
4.2.4.10	Método de la Línea Recta	133
4.2.4.11	Activos Intangibles.....	135
4.2.4.12	Requerimientos de Personal.....	135
4.2.5	Gastos Administrativos.....	135
4.2.5.1	Gastos en Servicios Básicos.....	136
4.2.5.2	Suscripciones	136
4.2.5.3	Gastos de Promoción y Propaganda	137
4.2.6	Gastos Financieros	138

4.2.6.1	Condiciones del Crédito.....	138
4.2.6.2	Condiciones del Crédito y Destino del Crédito en el presente Caso	138
4.2.6.3	Plazos y Monto del Financiamiento:	139
4.2.7	Capital de Trabajo	140
4.2.7.1	Ingresos por Ventas Brutas	140
4.2.8	Estados Financieros	141
4.2.8.1	Estado de Situación Inicial.....	141
4.2.8.2	Estado de Pérdidas y Ganancias	142
4.2.9	Flujo Neto de Caja.....	144
4.3	Plan de Inversiones.....	145
4.3.1	Evaluación Financiera	145
4.3.2	Determinación de la Tasa de Descuento	145
4.3.3	Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)	146
4.3.4	Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)	148
4.3.5	Período de Recuperación de la Inversión.....	149
4.3.6	Interpretación del Costo Beneficio	150
 CAPÍTULO V		151
 5	 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	 151
5.1	Conclusiones	151
5.2	Recomendaciones	153
 ANEXOS		155
 BIBLIOGRAFÍA		160

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1: Encuesta.....	156
-----------------------------------	------------

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Indicadores y Variables.....	21
Tabla No. 2: Composición de la PEA	35
Tabla No. 3: Vialidad desde Quito hasta Perucho	36
Tabla No. 4: Cobertura de Servicio de Agua	37
Tabla No. 5: Cobertura de Servicio de Alcantarillado.....	37
Tabla No. 6: Planteles y Número de Estudiantes Primarios de Perucho.....	38
Tabla No. 7: Planteles y Número de Estudiantes Secundarios de Perucho	39
Tabla No. 8: Número de Pacientes que Atiende el Sub-Centro de Salud	39
Tabla No. 9: Establecimientos Gastronómicos y de Hospedaje	47
Tabla No. 10: Principales Productos Primarios e Industrializados de Exportación del Ecuador en Millones de Dólares.....	60
Tabla No. 11: Número de Turistas que Visitan el Ecuador	61
Tabla No. 12: Demanda De Turismo en la Provincia de Pichincha y Perucho.....	63
Tabla No. 13: Cálculo de la Demanda de Cabañas Turísticas en Perucho	65
Tabla No. 14: Demanda Futura de Turistas en la Parroquia de Perucho	66
Tabla No. 15: Llegada de Turistas a la Provincia de Pichincha	67
Tabla No. 16: Selección de la Muestra	68
Tabla No. 17: Demanda Parroquial	88
Tabla No. 18: Demanda Insatisfecha.....	90
Tabla No. 19: Servicios que Ofrece “Aventura Turismo Ecológico”	97
Tabla No. 20: Calidad de los Elementos de la Ruta	98
Tabla No. 21: Opciones Turísticas	99
Tabla No. 22: Clasificación Internacional Industrial Uniforme	105
Tabla No. 23: Cuadro de Integración de Capital.....	106
Tabla No. 24: Valores Corporativos.....	111
Tabla No. 25: Cronograma de Actividades.....	121
Tabla No. 26: Galpón y Construcciones.....	125
Tabla No. 27: Monto en Adquisición de Activos	126
Tabla No. 28: Mantenimiento de Activos	127
Tabla No. 29: Suministros y Materiales de Oficina	128
Tabla No. 30: Menaje	129
Tabla No. 31: Mantales y Blandos.....	129
Tabla No. 32: Enseres.....	130
Tabla No. 33: Materias Primas	132
Tabla No. 34: Depreciación y Amortización de Activos.....	134
Tabla No. 35: Remuneraciones.....	135
Tabla No. 36: Gastos de Constitución y Licencias	136
Tabla No. 37: Gastos en Servicios Básicos	136

Tabla No. 38: Suscripciones	137
Tabla No. 39: Gastos de Promoción	137
Tabla No. 40: Condiciones del Crédito.....	139
Tabla No. 41: Tabla de Amortización de la Deuda	139
Tabla No. 42: Capital de Trabajo	140
Tabla No. 43: Demanda Insatisfecha.....	141
Tabla No. 44: Estado de Situación Inicial	142
Tabla No. 45: Estado de Pérdidas y Ganancias	143
Tabla No. 46: Flujo del Efectivo	144
Tabla No. 47: Cronograma de Inversiones	145
Tabla No. 48: TMAR sin financiamiento	146
Tabla No. 49: TMAR con financiamiento	146
Tabla No. 50 Criterios De Decisión	147
Tabla No. 51: Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)	147
Tabla No. 52: Cálculo de la Tasa Interna De Retorno	148
Tabla No. 53: Cuadro de Recuperación de la Inversión	149
Tabla No. 54: Costo Beneficio	150

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Las tres Dimensiones del concepto de Sostenibilidad	9
Gráfico 2: Lineamientos Estratégicos de Comercialización	101
Gráfico 3: Organigrama de Grupo Martínez Cia. Ltda. Operadora Turística.....	116

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa No. 1: Ubicación Geográfica de la Parroquia de Perucho	5
--	----------

ÍNDICE DE CUADROS PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Cuadro No. 1.....	70
Cuadro No. 2.....	71
Cuadro No. 3.....	72
Cuadro No. 4.....	73
Cuadro No. 5.....	74
Cuadro No. 6.....	75
Cuadro No. 7.....	76
Cuadro No. 8.....	77
Cuadro No. 9.....	78
Cuadro No. 10.....	80
Cuadro No. 11.....	81
Cuadro No. 12.....	82
Cuadro No. 13.....	83
Cuadro No. 14.....	85
Cuadro No. 15.....	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Gráfico No. 1.....	70
Gráfico No. 2.....	71
Gráfico No. 3.....	72
Gráfico No. 4.....	73
Gráfico No. 5.....	74
Gráfico No. 6.....	75
Gráfico No. 7.....	76
Gráfico No. 8.....	77
Gráfico No. 9.....	79
Gráfico No. 10.....	80
Gráfico No. 11.....	81
Gráfico No. 12.....	83
Gráfico No. 13.....	84
Gráfico No. 14.....	85
Gráfico No. 15.....	86

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No. 1: Vista frontal de la Iglesia de la Parroquia Perucho	32
Imagen No. 2: Iglesia de Perucho	32
Imagen No. 3: Panorámica de la Parroquia Perucho	33
Imagen No. 4: Sancocho Peruchano.....	47
Imagen No. 5: Casa de Descanso San Ramón	48
Imagen No. 6: Cascada de Perucho.....	49
Imagen No. 7: Ruta de Ciclo Paseo	49
Imagen No. 8: Producción de Banano	50
Imagen No. 9: Producción de Aguacates.....	50
Imagen No. 10: Producción de Chirimoyas.....	51
Imagen No. 11: Producción de moras	51
Imagen No. 12: Producción de Mandarinas y Naranjas.....	52
Imagen No. 13: Plantel Avícola	52
Imagen No. 14: Producción de Conejos	53
Imagen No. 15: Producción de Chanchos.....	53
Imagen No. 16: Páramos de Perucho	54
Imagen No. 17: Flora y Fauna.....	54
Imagen No. 18: Iglesia Católica de Perucho.....	56
Imagen No. 19: Aves y Flores	57
Imagen No. 20: Balneario San Ramón	57
Imagen No. 21: Parque Central junto a la Iglesia con Plantas y Árboles.....	58
Imagen No. 22: Cabañas y Piscina Vistas desde Afuera	93
Imagen No. 23: Sala con Biblioteca Pequeña	93
Imagen No. 24: Sala de Eventos y Reuniones.....	94
Imagen No. 25: Pista para Bailes.....	94
Imagen No. 26: Gimnasio y Musicoterapia	95
Imagen No. 27: Habitación Doble con Cama Simple	95
Imagen No. 28: “Habitación Doble” Con una Cama Simple y Una Doble	96
Imagen No. 29: Marca relacionada al turismo.....	108
Imagen No. 30: Visión	108
Imagen No. 31: Misión.....	109

TÍTULO:

"IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS PARA PROMOVER EL TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA RURAL DE PERUCHO, CANTÓN QUITO, AÑO 2012".

THEME:

"IMPLEMENTATION OF ECOLOGICAL CABINS TO PROMOTE COMMUNITY-BASED TOURISM IN THE RURAL PARISH OF PERUCHO, CANTON QUITO, YEAR 2012"

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Proyecto tiene la característica de brindar una propuesta para la implementación de cabañas turísticas tipo campestres en la parroquia de Perucho, con esta inversión se tiene la intención de aprovechar el potencial turístico identificando las líneas de acción y los recursos naturales con que cuenta la parroquia, así también captar una demanda creciente muy poca explotada en la región; por medio de métodos y técnicas estadísticas de medición se pudo sentar las bases de la viabilidad de mercado con el objetivo de identificar la oferta y demanda; planificar las estrategias de la operadora, estableciendo sus objetivos, su misión, su visión y los valores que serán la piedra angular de su orgánico funcional, todo ello ajustando a los criterios y requisitos que regula la norma legal vigente en el país; para su funcionamiento se deducen datos presupuestados importantes sobre costos y gastos que ayudan a levantar los estados financieros, ejes principales que ayudan a medir el riesgo y la factibilidad económica al realizar la inversión, se obtiene un valor actual neto, una tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión, los cuales arrojaron resultados favorables.

PALABRAS CLAVES

**IMPLEMENTACIÓN/ECOLÓGICO/TURISMO/COMUNITARIO/GANANCIA/
DIRECCIONAMIENTO**

ABSTRACT

This project has the feature to provide a proposal for the implementation of such rustic tourist cabins in the parish of Perucho, with this investment is intended to exploit the tourism potential by identifying the lines of action and natural resources available to the parish and also capture a growing demand very little exploited in the region through statistical methods and techniques of measurement could lay the groundwork for the viability of the market in order to identify the supply and demand, plan strategies for the operator, establishing its objectives, mission, vision and values that will be the cornerstone of its functional organic, all adjusting to the criteria and requirements governing legal rule in force in the country to operate deducted important budgeted cost data and expenses to help lift the financial statements, principal axes that help measure risk and economic feasibility to make the investment, you get a net present value, internal rate of return and payback period of the investment, which favorable results.

KEYWORDS

IMPLEMENTATION/ECOLOGICAL/TOURISM/COMMUNITY/GAIN/
ADDRESSING

CAPÍTULO 1

1 PLAN DE TESIS

1.1 TEMA

"IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS PARA PROMOVER EL TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA RURAL DE PERUCHO, CANTÓN QUITO, AÑO 2012".

1.2 ANTECEDENTES

El Ecuador en general cuenta con algunas decenas de reserva biodiversa, establecidas como parques naturales y zonas de protección ecológica, creados a lo largo de muchos años (aproximadamente 30) por el Ministerio de Agricultura, el Instituto de Desarrollo Agrario hoy Sub Secretaria de Tierras y Reforma Agraria, últimamente contabilizados como “100 sitios en número” y regularizados con mejores normativas por el ministerio del Medio Ambiente, como parques y zonas de reserva intangibles, en pro del cuidado y presentación de la amplia y variadas flora y fauna que componen el ecosistema del país, con sitios realmente grandiosos y únicos que le ubica al Ecuador en el puesto número 11 de mayor maga-biodiversidad del mundo.

Este aspecto puede ayudar en el futuro al desarrollo económico alternativo del Ecuador, a sabiendas del agotamiento de las fuentes de recursos no renovables como el petróleo, minerales, y otros; a través de propiciar el desarrollo local participativo de sus pequeños y medianos asentamientos humanos, previstos en nuestra legislación como cantones, parroquias, recintos en la costa, y comunidades en la sierra, con la creación de fuentes de inversión e ingresos económicos alternativos para sus habitantes con la ayuda del Estado, dotándoles de mayor independencia económica y autonomía administrativa para mejorar, involucrando a la mayor cantidad posible de los sujetos sociales como propiciadores de sus propias condiciones socio económicas, éste es el caso de la pequeña parroquia rural de Perucho ubicada dentro de la provincia de Pichincha, a 2 horas de la ciudad capital Quito.

La perspectiva del desarrollo ecológico en todo el mundo se apoya en el ecoturismo como una relación directa entre el hombre y la naturaleza, cuyas actividades al aire libre, son los principales pilares para una economía en crecimiento que genere mayores recursos, y esté en capacidad de irse expandiéndose en “espiral” a un mayor número de visitantes, con la multiplicación del mismo y por efectos se estimulen otras actividades paralelas y complementarias, pero con el principio constante

de mantener y preservar el medio ambiente sobre todo cuando hablamos de los principios de la sustentabilidad, es decir conservar con miras que la naturaleza se mantenga en lo posible sana y apta para el hábitat de las futuras generaciones.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Ecuador como país de inmensa riqueza natural, con paisajes llenos de contraste, es atracción de turistas tanto nacionales como extranjeros. La industria del turismo comunitario está encaminada a la protección del medio ambiente por medio del ecoturismo, con la finalidad de conservar y proteger el inventario del atractivo turístico y evitar el desgaste acelerado de los recursos naturales, que si bien es cierto son una alternativa sana y una fuente viable de riqueza, puede propiciar el fomento para desarrollo económico social y sostenido de sus pequeñas poblaciones.

En este caso, la ejecución de micro-proyectos como de creación de cabañas turísticas en Perucho, de alguna manera serán pequeños oasis que darán luz, a más actividades y nuevas visiones de emprender en negocios parecidos, que busquen potenciar el aparato productivo, especialmente en el sector rural considerado como el más vulnerables del país, especialmente en estas pequeñas ciudades; visto siempre como un proceso integrador, en el que todos debemos aportar con responsabilidad en la aplicación de estos nuevos modelos de desarrollo local, con la finalidad de que; sus principios sean aplicables a los principales sectores eco-turísticos del Ecuador.

1.4 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La población de los Peruchos, tuvo sus raíces en la cultura de los “caras”, conformada por agrupaciones vecinas que antaño formaron el núcleo emergente del antiguo Reino de Quito (quitus-caras). En los primeros años de la república toda esa zona constituía la Parroquia de Perucho, que con el correr de los años fueron desgajándose todas las demás: en 1861 Puéllaro, 1870 San José de Minas, 1894 Atahualpa, y en 1942 Chavezpamba.

Hoy la parroquia que cuenta con 789 habitantes dentro de sus límites territoriales, es una importante zona de reserva ecológica, considerada patrimonio del ecosistema mega diverso del Ecuador, que a pesar de no contar con un cien por ciento en la cobertura de infraestructura básica, la administración de los gobiernos autónomos locales, están empeñados en ubicar y dimensionar el potencial de sus recursos, especialmente naturales para direccionar sus mayores esfuerzos en apuntalar en desarrollo local participativo con miras de mejorar desde sus propias perspectivas la calidad de vida de sus habitantes, su rico legado cultural como arquitectónico, abre la oportunidad de incursionar en actividades aprovechando sus características peculiares únicas, especialmente en

el ámbito turístico, encaminadas a aprovechar en hora buena sus bosques, las cascadas, ríos y vertientes, la verde y diversa flora, con contrastes variados de paisajes, que hacen propicia la oportunidad de realizar un estudio minucioso de ésta población, para fomentar el eco turismo comunitario, por medio de la implementación de cabañas ecológicas turísticas con ciertos servicios complementarios, visto como un oportunidad de inversión y de generación de fuentes alternativas de ingresos para sus pobladores, además de convertirse en entes generadores de riqueza que contribuyeran a una mayor recaudación del fisco por medio de los impuestos que estas actividades pueden causar, al desplazarse como tal.

A partir el contexto citado, es necesario recrear la teoría económica, desde la perspectiva de la iniciativa micro empresarial privada, por medio del levantamiento de una fuente solida de información, que dé lugar a estructurar el diseño de un proyecto de inversión que justifique técnicamente el riesgo.

1.5 DELIMITACIONES

Consiste en delimitar el problema que se va a investigar según algunos elementos tales como el tiempo, el lugar, las características de los sujetos y postulados teóricos, etc.

1.5.1 Tema

“IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS PARA PROMOVER EL TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA RURAL DE PERUCHO, CANTÓN QUITO, AÑO 2012”

La Implementación de cabañas ecológicas en Perucho, parroquia rural de la ciudad de Quito, consiste en desarrollar un proyecto estratégico, que se fundamenta en la posibilidad de implementar cabañas ecológicas con el fin de brindar el servicio de hospedaje en la parroquia para los turistas que buscan distracción fuera del bullicio de las ciudades, y así promover el turismo comunitario basada en el atractivo natural de la parroquia de Perucho

1.5.2 Delimitación Temporal

El estudio del proyecto se realizara en el año 2012 utilizando indicadores a partir del año 2006, que permitan tener un enfoque global del desarrollo y crecimiento del turismo en la parroquia, y se proyectara hacia el año 2014 para satisfacer la demanda de turistas, este análisis se realizará principalmente en la Parroquia de Perucho, desde donde se obtiene la mayor información requerida para nuestro análisis.

1.5.3 Delimitación Espacial

El proyecto de turismo con la Implementación de Cabañas Ecológicas para Promover el Turismo Comunitario se desarrolla en Perucho, parroquia rural del cantón Quito de la provincia de Pichincha, ubicada en la Zona Nor-Central del distrito Metropolitano de Quito a una distancia de 45 kilómetros desde la salida norte de la ciudad.

5



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Cristina Martínez.

1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Objetivo General

Implementar y adecuar un centro de recreación múltiple, para fomentar el turismo comunitario y el uso de cabañas turísticas en la Parroquia de Perucho del Cantón Quito de la Provincia de Pichincha.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Establecer un diagnóstico situacional, socio económico y las perspectivas de desarrollo comunitario turístico de Perucho para conocer las potencialidades con que cuenta la parroquia.
- Comprobar mediante un estudio de mercado de la oferta y demanda turística que se generará ingresos económicos con el turismo comunitario de la parroquia.
- Proponer mecanismos de financiamiento para la construcción de un centro turístico y uso de cabañas ecológicas en la Parroquia de Perucho.

1.7 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Podemos definir la hipótesis como un intento de explicación o una respuesta "provisional" a un aparente “problema” o necesidad de investigación.

Llegar a comprobar o rechazar la hipótesis que se ha elaborado previamente, se debe confrontar su enunciado teórico con los hechos empíricos, y objetivos, que es el fin primordial de todo estudio que pretenda explicar algún campo de la realidad.

1.7.1 Hipótesis General

La implementación de Cabañas turísticas ecológicas en la Parroquia de Perucho del Cantón Quito en la Provincia de Pichincha promueve la actividad turística en el sector.

1.7.2 Hipótesis Específica

- La presencia de recursos naturales, atractivos turísticos e infraestructura de la Parroquia de Perucho en el Cantón de Quito permite la factibilidad, sostenibilidad y acogida del proyecto.
- La existencia de demanda turística en Perucho permite generar ingresos económicos para el fortalecimiento y sostenibilidad del proyecto de turismo comunitario.

- Los mecanismos de financiamiento adecuados admiten la rentabilidad de la construcción de un centro turístico y el uso de cabañas ecológicas en la Parroquia de Perucho.

1.8 MARCO TEÓRICO

El término desarrollo sostenible aparece por primera vez de forma oficial en 1987 en el Informe Brundtland (Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, 1987) sobre el futuro del planeta y la relación entre medio ambiente y desarrollo, y se considera como tal; aquel que satisface las necesidades presentes sin poner en peligro la capacidad de sobrevivencia de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Actualmente existen múltiples interpretaciones del concepto de desarrollo sostenible y coinciden en que, para lograrlo, las medidas a considerar deberán ser económicamente viables, respetar el medio ambiente y ser socialmente equitativas. A pesar de este reconocimiento de la necesidad de una interpretación integrada de estas tres dimensiones, en la práctica es necesario un cambio sustancial del enfoque de las políticas y programas en vigor.

1.8.1 La incompatibilidad entre crecimiento económico y equilibrio ecológico:

Dentro del sistema económico tradicional la incompatibilidad entre crecimiento económico y equilibrio ecológico es evidente. Existen grandes problemas de degradación ambiental: contaminación del aire, del suelo y del agua, agotamiento de los recursos naturales renovables y no renovables, pérdida de diversidad biológica y deforestación, entre otros.

La relación entre el medio ambiente y la economía se definió de forma explícita en 1992 en el 5to Programa de Acción Comunitario en materia de Medio Ambiente, cuando consideró que el crecimiento económico es insostenible *"si no se tienen en cuenta las consideraciones medio ambientales, no sólo como un factor restrictivo, sino como un incentivo para aumentar la eficacia y la competitividad, sobre todo en el mercado mundial"*¹ (Comisión de Comunidades Europeas, 1992).

En los posteriores Informes y Programas comunitarios aparecen nuevos términos como el de *rendimiento ecológico*, que plantea como política de producción utilizar menos recursos naturales para obtener el mismo nivel de productividad económica o valor añadido. Se insiste también en los conceptos de producción y consumo sostenibles, para conseguir el desarrollo sostenible y con ello el equilibrio entre la economía y la ecología.

¹ Comisión de Comunidades Europeas; "Informe 5to Programa de Acción Comunitario en materia de Medio Ambiente", p. 6, año 1992.

1.8.2 Teoría de las tres dimensiones del concepto de desarrollo sostenible

Actualmente no existe consenso acerca del significado de desarrollo sostenible (existen más de cien definiciones), ya que tampoco lo hay acerca de qué es lo que debe sostenerse. Según los autores, el desarrollo sostenible consistirá en:

- Sostener los niveles de consumo (Redclift, 1987);
- Perseguir la integridad de los procesos, ciclos y ritmos de la naturaleza (Shiva, 1989);
- Lograr la sostenibilidad de todos los recursos: capital humano, capital físico, recursos ambientales, recursos agotables (Bojo *et al.*, 1990);
- Sostener los niveles de producción (Naredo, 1990). Según este autor, una actividad sostenible es aquella que o bien utiliza productos renovables o bien, al menos, financia la puesta en marcha de un proyecto que asegure tanto la producción renovable de un bien substitutivo del consumido, como la absorción de residuos generados sin daño para los ecosistemas. La mayoría de las políticas están diseñadas orientadas a cambios en la producción.
- Sostener los recursos naturales (Carpenter, 1991);

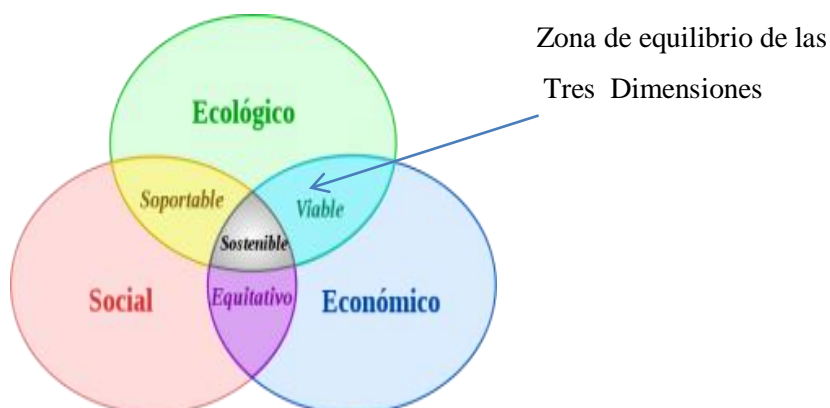
Muchas de las interpretaciones de desarrollo sostenible coinciden en que, para llegar a ello, las políticas y acciones para lograr crecimiento económico deberán respetar el medio ambiente y además ser socialmente equitativas para alcanzar el crecimiento económico. En el Consejo Europeo de Gotemburgo de 2001 su presidenta Nicole Fontaine recalca:

*"La voluntad de la Unión Europea a favor de un desarrollo sostenible, cuyas tres dimensiones, la económica, la social y la medioambiental, son indisociables"*².

Este concepto de sostenibilidad puede ser gráficamente representado mediante un triángulo equilátero, cuya área central representaría la zona de equilibrio para el desarrollo sostenible, como se observa en el siguiente gráfico.

² Fontaine Nicole; "Informe Consejo Europeo de Gotemburgo", Estocolmo Suecia, p. 25, 2001.

Gráfico 1: Las tres Dimensiones del concepto de Sostenibilidad



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Cristina Martínez.

1.8.3 Dimensión Económica

La crisis económica internacional de 1973 puso en duda por un lado, el modelo económico de crecimiento, que consideraba que la naturaleza ofrecería de forma ilimitada los recursos físicos (materias primas, energía, agua), y por otro lado, su compatibilidad con la conservación del medio ambiente. Según Redclift (1996), *"los efectos externos, entre los que destaca el efecto invernadero y la destrucción de la capa de ozono, no son consecuencia de la escasez, sino de la imprudencia e insostenibilidad características de los sistemas de producción"*.

Se propone incluir en el cálculo del PIB el coste para el medio ambiente de las actividades económicas e industriales. En 1990 el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, en su primer Informe sobre Desarrollo Humano, elaboró el *Índice de Desarrollo Humano*, que mide el progreso de un país a partir de la esperanza de vida, el nivel educacional y el ingreso per cápita. Esto supondría el primer paso para pasar de la noción de *Crecimiento*, que es lo que mide el PIB, a la de *Desarrollo*, un concepto más cualitativo en lo que a calidad de vida se refiere.

También se han creado los *indicadores de desarrollo sostenible*, unos indicadores empíricos que permiten identificar en el mundo real las tendencias de determinados parámetros para poder así determinar y evaluar si nos estamos acercando hacia el desarrollo sostenible. En el Informe que la Comisión de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas elaboró en 2001 aparecen estos indicadores clasificados según el nivel en el que pretenden hacer las estimaciones: sociales, económicos, medioambientales e institucionales (dimensión no analizada explícitamente en el presente artículo)".

1.8.4 Dimensión Social

Según Redclift A.

"La gestión y los conflictos ambientales están relacionados con dos procesos: la forma en que las personas dominan la naturaleza y la dominación ejercida por algunas personas sobre otras". La dominación que ejercen los seres humanos sobre el medio ambiente, es algo muy evidente.

En cuanto al poder que ejercen los países desarrollados sobre los países en vías de desarrollo debido a las exportaciones de recursos naturales, existe por parte de los primeros sobre los segundos lo que se conoce como *deuda ecológica*, ya que si no se consideran las externalidades ni los costos sociales, los precios que pagan los países desarrollados no reflejan el valor real del recurso y su extracción. Además, si se aplica la valoración ambiental en términos de costos y beneficios, es decir, cuantificar la *disposición a pagar* por la mejora de la calidad ambiental, la diferencia entre países es enorme, ya que "el sustento básico en los países subdesarrollados requiere el sacrificio de la calidad ambiental a favor de la ganancia económica a corto plazo"³.

En esta dimensión social está además implícito el concepto de *equidad*. Existen tres tipos de equidad.

- El primer tipo es la equidad intergeneracional propuesta en la propia definición de desarrollo sostenible del Informe Brundtland. Esto supone considerar en los costes de desarrollo económico presente la demanda de generaciones futuras.
- El segundo tipo es la equidad intra-generacional, e implica el incluir a los grupos hasta ahora más desfavorecidos (por ejemplo mujeres y discapacitados) en la toma de decisiones que afecten a lo ecológico, a lo social y a lo económico.
- El tercer tipo es la equidad entre países, siendo necesario el cambiar los abusos de poder por parte de los países desarrollados sobre los que están en vías de desarrollo. Este Informe comenta el satisfacer las necesidades *esenciales* de las personas, y esto supone dar más importancia a los desfavorecidos que la que han tenido hasta el momento.

“Dimensión Ecológica.- La sostenibilidad en términos ecológicos supone que la economía sea circular, que se produzca un *cierre de los ciclos*, tratando de imitar a la naturaleza. Es decir, hay que diseñar sistemas productivos que sean capaces de utilizar únicamente recursos y energías

³ Redclift A, “La Gestión de los Recursos Naturales en el Reordenamiento Socio Económico del Mundo”, p. 27, año 1992.

renovables, y no producir residuos, ya que éstos vuelven a la naturaleza (compost, por ejemplo) o se convierten en *input* de otro producto manufacturado”⁴.

En el Sexto Programa Marco Comunitario se cita por primera vez el término *Política de Productos Integrada*, y según se analiza en el Libro Verde sobre Política de Productos Integrada que elaboró la Comisión de las Comunidades Europeas en 2001, tiene como objetivo reducir los efectos ambientales de los productos durante su ciclo de vida;

“Se considera el ciclo vital del producto completo, desde su extracción hasta la gestión final del residuo cuando su vida termina. Esta política se centra en las tres etapas que condicionan el impacto ambiental del ciclo de vida de los productos.

Por un lado la aplicación del principio de "quien contamina paga" a la hora de fijar los precios, para que el productor asuma su responsabilidad integrando en los precios el coste ecológico.

Por otro lado la elección informada del consumidor mediante el etiquetado.

Y por último el diseño ecológico del producto. Para realizar este tipo de diseño, se consideran adecuadas las herramientas *Inventarios del Ciclo de Vida* (ICV) y el *Análisis del Ciclo de Vida* (ACV). Esta última se comenzó a utilizar en la década de los 70, e identifica, cuantifica y caracteriza los diferentes impactos ambientales basándose en un inventario de flujos entrantes y salientes del sistema, calculando los requerimientos energéticos y de materiales y las emisiones producidas”⁵.

1.9 MARCO CONCEPTUAL

1.9.1 Desarrollo Sustentable

El término sustentable y sostenible es un término desconocido por el léxico común español, sin embargo, aparece enunciado por primera vez en el año de 1987 en el Informe de la Comisión Mundial para el Medio Ambiente, también denominado Informe Brundtland, por haber sido dirigido por la ex Ministra Noruega Gro Hariem Brundtland. De este informe surge la siguiente definición que sirve de base para ulteriores definiciones:

"Desarrollo Sustentable es aquel que atiende a las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones" (Gómez: 1996: 15-16).

⁴ Ibídem; “La Gestión de los Recursos Naturales en el Reordenamiento Socio Económico del Mundo”, p.30.

⁵ <http://www.Ecosites.co.uk/>.

La definición anotada da a entender que el desarrollo sustentable comprende, al menos, dos perspectivas que se pueden sintetizar en dos objetivos: "el objetivo actual, es el mejoramiento de la calidad de vida de todos los habitantes. El objetivo futuro, no menos importante, consiste en no comprometer el futuro de las futuras generaciones restringiendo sus alternativas de desarrollo" (Madrigal: 1995:229). Con ello incorpora un aspecto nuevo y es el de la justicia intergeneracional o transgeneracional que debería ser parte inherente a toda política de desarrollo.

Desde el Lenguaje Político Económico, el concepto de desarrollo implica las siguientes características: "a) Elevada capacidad productiva determinada por una compleja estructura de producción industrial, competitiva y rápida en la readecuación de su producción; b) Elevados niveles de ingreso y consumo per cápita y bienestar social extendido a la mayor parte de los sectores sociales; c) Grado de utilización (y eficiencia en el uso) de las llamadas modernas tecnologías de producción disponible; d) Elevado nivel de la población económicamente activa" (Gómez: 1996:5).

Desarrollo Sustentable.- Desde el punto de vista no indígena, el concepto de desarrollo sustentable aparece como una respuesta a la problematización de la naturaleza y de su relación con la sociedad, y también como una reacción frente al degradante atropello actual al medio ambiente. En este contexto, frente al discurso del desarrollo sustentable, Arturo Escobar establece tres formas de discurso: liberal, culturalista y ecologista. A continuación se señala brevemente las características de cada uno de ellos:

“Desarrollo Sustentable: Visión Liberal: Se llama liberal porque el informe Brundtland parte de la realidad de la modernidad occidental, cuya matriz ideológica fundamental está dada por el discurso liberal que proviene desde la Ilustración. El discurso liberal del desarrollo sustentable tiene que ver con una definida cultura económica. Para este discurso, la economía es autónoma, es decir, es independiente de la política, de lo social, de lo cultural, etc.; la erradicación de la pobreza dependería, entonces, exclusivamente del crecimiento económico. Considera a la pobreza como causa y efecto de la degradación ambiental, pero, sin embargo, no ha discutido la dinámica social inherente a la pobreza, la exclusión y la miseria; culpa a los tercer mundistas por la crisis ecológica y no a las grandes fuentes de contaminación como son las grandes empresas transnacionales ni tampoco al modelo de vida de los países más ricos del planeta, causantes en gran medida de la actual degradación y destrucción ambiental.

Desarrollo Sustentable: Visión Culturalista: En estricto sentido no existe una propuesta definida en esta visión, sino más bien es una crítica al discurso liberal del desarrollo sustentable. Es

culturalista porque considera que la cultura es la instancia fundamental de la relación de la sociedad con la naturaleza.

Cuestiona a la cultura economicista y científica de occidente. Sostiene que en la cultura se origina la crisis ambiental, principalmente porque se trata a la naturaleza como mercancía de enriquecimiento, ya que según el informe Brundtland, lo importante es producir más a partir de menos. Los culturalistas no justifican que la naturaleza sea vista en términos del enverdecimiento de la economía. Ven imposible que se pueda proteger a la naturaleza desde el punto de vista económico. No encuentra la forma de conciliar a dos enemigos: crecimiento económico y naturaleza dentro del desarrollo sustentable.

Desarrollo Sustentable: Visión Eco socialista: Los representantes de esta corriente comparten algunas de las observaciones de los culturalistas, critica a los liberales, y se diferencia de las anteriores por la mayor atención que presta a la economía política reformada y centralizada en la "teorización de la naturaleza del capital en lo que se ha dado en llamar su fase ecológica" (Escobar/1998).

Desarrollo Local Participativo.- El Desarrollo Local Participativo (DLP), son las iniciativas locales de grupos sociales presentes en una determinada zona geográfica, que propendan a la expansión de capacidades y favorezcan el despliegue de las potencialidades del ser humano. En este sentido, el DLP, apoya la ejecución de iniciativas de grupos sociales, sobre una amplia coordinación interinstitucional, en el marco de la participación ciudadana como política de los gobiernos democráticos y manejando con un enfoque de sostenibilidad, la diversidad de recursos naturales existentes.

Entre los principales aspectos que persigue el desarrollo sostenible en el medio ambiente podemos destacar los siguientes:

Promover el Ecoturismo como medio para minimizar los impactos negativos sobre el ambiente natural y socio-cultural.

Contribuir a la conservación de las áreas naturales.

Concientizar sobre la conservación del patrimonio natural y cultural, tanto en los habitantes de la zona como en los turistas.

Fomentar en el Eco-turista un mejor conocimiento y un mayor respeto hacia la naturaleza, las culturas autóctonas y su diversidad.

Transmitir un mensaje educativo para la toma de conciencia conservacionista, tanto a los visitantes como a las comunidades inmersas en las áreas naturales, ya que de ellas depende su conservación y el uso sostenible de los recursos.

Generar beneficios económicos para las comunidades y organizaciones.

Promover la práctica de actividades al aire libre y el contacto con la Naturaleza, indispensables para mejorar la calidad de vida.

Incentivar las relaciones entre los seres humanos estableciendo vínculos de convivencia, respeto al prójimo así como trabajo comunitario e intercambio de experiencias y conocimientos.

Es así como el Desarrollo Sostenible es la combinación de soportable, viable y equitativo. Los límites de los recursos naturales sugieren tres reglas básicas en relación con los ritmos de desarrollo sostenible; desde este punto de vista se determinan tres aspectos muy importantes como son:

- Ningún recurso renovable deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación.
- Ningún contaminante deberá producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medio ambiente.
- Ningún recurso no renovable deberá aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible.

Según algunos autores estas tres reglas están forzosamente sus pendidas a la inexistencia de un crecimiento demográfico. De todas maneras, los proyectos de desarrollo sostenible generan un cuidado al entorno y a la sociedad que independientemente de los objetivos ocultos siempre es un beneficio para quienes pueden disfrutar de sus resultados. Por lo que dichos proyectos se multiplique y no solo sea una idea.

1.9.2 Turismo Comunitario Ecológico

Se trata de un concepto totalmente diferente y novedoso de hacer turismo desde un punto de vista intercultural, familias indígenas comparten sus viviendas con los turistas o visitantes y permiten conocer a fondo sus costumbres, su forma de vida, sus conocimientos. Esta forma de turismo

permite que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad indígena; que conozca y que comparta las costumbres de culturas centenarias desde adentro, por supuesto, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, el patrimonio los derechos naturales y territoriales de las nacionalidades y los pueblos. Son los propios pobladores los que se convierten en guías y el dinero generado con este turismo se reinvierte en proyectos para la comunidad.

Tipos de Turismo.- Entre las formas de turismo reconocidas por la Organización Mundial del Turismo, OMT (organismo rector de esta actividad a nivel mundial), cuyo desenvolvimiento exige ambientes similares a los que ofrece el entorno rural – natural descrito, se mencionan:

El Agroturismo o Turismo rural, calificado así a las actividades que se realizan en explotaciones agrarias, granjas, fincas y/o plantaciones.

El Turismo de naturaleza, entendido como un segmento de demanda turística predispuesto a visitar paisajes naturales poco intervenidos, localizados preferiblemente en áreas protegidas (Ecotourism Working Group, 1.995). Esta forma de turismo comprende dos modalidades: el turismo de aventura y el ecoturismo. El Turismo de aventura, llamado así a las actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y que en ocasiones, entrañan verdadero riesgo y, el Ecoturismo, considerado como una forma de turismo especializado en la naturaleza, centrado en actividades a pequeña escala con excursiones a zonas naturales; puede incluir visitas a lugares de interés cultural tradicional. Concede atención especial al desarrollo respetuoso del medio y al grado de uso (bajo impacto) por los visitantes.

Turismo cultural, en el cual la principal motivación es conocer aspectos de la cultura de los antiguos o actuales habitantes del lugar visitado. En esta forma de turismo se incluye el del interés de investigar áreas naturales poco modificadas motivación a la que se le calificaría como Turismo científico.

Turismo Rural

La definición de la Organización Mundial del Turismo, citada por Barrera (2006), considera al turismo rural como “el conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria”. Es decir el turismo rural incluye a todas aquellas actividades que pueden desarrollarse en el espacio rural, lo que se traduce en una oferta

integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local.

Un desarrollo adecuado de la actividad turística permite revalorizar las tradiciones gastronómicas, artísticas y culturales de los pueblos nativos, mejorando la calidad de vida del medio rural. (Asociación de Monitores Medioambientales Almijara, 2008).

Ecosistema.- Entendemos por ecosistema a un complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúan como una unidad funcional.

El enfoque por ecosistemas es una estrategia para la gestión integrada de tierras, extensiones de aguas y recursos vivos, con el propósito de promover la conservación y utilización sostenible de modo equitativo. Se reconoce que los seres humanos con su diversidad cultural, constituyen un componente integral de muchos ecosistemas.

Los ecosistemas que existen en el país van desde el nivel del mar (0 msnm) hasta aproximadamente 6.400 metros de altura.

Hay 46 ecosistemas los que se pueden clasificar en:

- Páramo
- Bosque Andino
- Valles Secos
- Bosque Húmedo Tropical
- Bosque Seco de la Costa
- Humedales
- Archipiélago de Galápagos
- El Mar
- El Ecuador es considerado como un "País Mega diverso".

El término ecología fue acuñado por el biólogo alemán Ernst Heinrich Haeckel en 1869; deriva del griego oikos (hogar) y comparte su raíz con economía. Es decir, ecología significa el estudio de la economía de la naturaleza. En parte, la ecología moderna empezó con Charles Darwin. Al desarrollar la teoría de la evolución, Darwin hizo hincapié en la adaptación de los organismos a su medio ambiente por medio de la selección natural. También hicieron grandes contribuciones

geógrafos de plantas como Alexander von Humboldt, profundamente interesados en el cómo y el porqué de la distribución de los vegetales en el mundo.

El medio ambiente es el conjunto de elementos abióticos (energía solar, suelo, agua y aire) y bióticos (organismos vivos) que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos.

Cabaña.- Establecimiento hotelero construido de una manera rústica, hechas en el campo, de palos entretejidos con cañas y cubierta de ramas, paja o hierba; la misma que brinda servicio de alojamiento alimentación, recreación a través de un valor monetario.

Alojamiento.- Acción o efecto de alojar en un lugar donde alguien esta aposentado.

Recreación.- Acción de recrear, divertirse, alegrar se o deleitarse realizando actividades fuera de las normales o cotidianas.

Ciclismo.- Deporte de los aficionados a la bicicleta, mediante el cual realizan recorridos por la zona que se encuentran visitando

Costos Estimados.- Representan únicamente una *tentativa en la anticipación de los costos* reales y están sujetos a rectificaciones a medida que se comparan con los mismos. Este sistema consiste en:

1. Predeterminar los costos unitarios de la producción estimando el valor de la materia prima directa, la mano de obra directa y los cargos indirectos que se consideran se deben obtener en el futuro.
2. Comparando posteriormente los Costos estimados con los reales y ajustando las variaciones correspondientes.
3. Constituyen un sistema de costos predeterminados tomando en consideración la experiencia de ejercicios anteriores.

Costos de Oportunidad: El valor medible de los beneficios que pudiera ser obtenido al escoger un curso de acción alterno.

Costos Fijos.- Aquellos costos cuyo total permanece constante en un nivel relevante de producción, mientras que el costo unitario varía con la producción.

Costos Variables.- Aquellos costos donde el total varía en proporción directa con los cambios en volumen y el costo unitario permanecen constantes.

Presupuestos.- Un presupuesto es una herramienta de gestión conformada por un documento en donde se cuantifican pronósticos o previsiones de diferentes elementos de un negocio.

Los presupuestos se suelen relacionar exclusivamente con los ingresos o egresos que realizará una empresa, sin embargo, podemos hacer uso de estas herramientas para cuantificar pronósticos o previsiones de cualquiera de los elementos de un negocio, por ejemplo, podemos presupuestar los cobros que realizaremos, los pagos de nuestras deudas, los productos que fabricaremos, los materiales que requeriremos para producir dichos productos, etc. Los presupuestos son herramientas fundamentales para un negocio ya que nos permiten planificar, coordinar y controlar las operaciones.

Planeación.- los presupuestos nos permiten planificar actividades, planificar objetivos, recursos, estrategias, cursos a seguir; anticipándose a los hechos y, por tanto, ayudándonos a reducir la incertidumbre y los cambios.

Coordinación.- los presupuestos sirven como guía para coordinar actividades, permitiéndonos armonizar e integrar todas las secciones o áreas del negocio, tanto entre éstas, como con los objetivos de la empresa.

Control.- Los presupuestos sirven como instrumento de control y evaluación, nos permiten comparar los resultados obtenidos con los presupuestados para que, de ese modo, por ejemplo, saber en qué áreas o actividades existen desviaciones o variaciones (diferencias entre lo obtenido y lo presupuestado).

1.10 METODOLOGÍA

1.10.1 Métodos de investigación

Será necesario trabajar sobre base de criterios técnicos de valor sobre las variables e indicadores a investigar, en lo; económico, político y social, sobre un procedimiento analítico, reflexivo, controlado, sistemático y crítico; que justifique operativa y rentablemente la implementar un proyecto de cabañas turísticas ecológicas, que permita obtener rendimientos económicos justificables con el uso y aprovechamiento racional de recursos disponibles, en beneficio de los inversionistas y en general de la pequeña ciudad.

Entre ellos se usaran los métodos de investigación siguientes:

El Análisis y la Síntesis

Son dos procesos cognoscitivos que cumplen funciones importantes en la investigación científica. Análisis y síntesis no son resultado del pensamiento puro y apriorístico, sino que tienen una base objetiva en la realidad y constituyen un par dialéctico.

El análisis es un procedimiento mental mediante el cual un todo complejo se descompone en sus diversas partes y cualidades.

La síntesis establece mentalmente la unión entre las partes previamente analizadas y posibilita descubrir las relaciones esenciales y características generales entre ellas. La síntesis se produce sobre la base de los resultados obtenidos previamente en el análisis. Posibilita la sistematización del conocimiento.

Para el proyecto en mención se sintetiza los componentes correspondientes a requerimientos para operar, administrar la empresa, su marco legal y administrativo, entre otros factores que unidos permiten determinar la viabilidad del proyecto.

La Inducción y la Deducción

La inducción es un procedimiento mediante el cual a partir de hechos singulares se pasa a generalizaciones, lo que posibilita desempeñar un papel fundamental en la formulación de hipótesis. Algunos autores la definen como una forma de razonamiento por medio de la cual se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales.

Este proceso de investigación siempre está unido a la deducción, ambos son momentos del conocimiento dialéctico de la realidad indisolublemente ligados y condicionados entre sí. La deducción es un procedimiento que se apoya en las aseveraciones y generalizaciones a partir de las cuales se realizan demostraciones o inferencias particulares o una forma de razonamiento, mediante el cual se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad. Se induce que la información de todos los estudios técnicos, legales, administrativos, y de mercado determinan la factibilidad práctica de ejecutar el proyecto de creación de la empresa.

La deducción que se utiliza en el proyecto permite determinar que a partir de hechos generales como constitución empresarial, estudio de mercado, estudio técnico, administrativo, que se derive un sin número de factores que una vez desarrollados permita tener una visión más clara y amplia

del porque es factible crear la empresa. En la actividad científica la inducción y la deducción se complementan entre sí.

Del estudio de numerosos casos particulares, a través de la inducción se llega a determinar generalizaciones, leyes empíricas, las que constituyen puntos de partida para definir o confirmar formulaciones teóricas. De dichas formulaciones teóricas se deducen nuevas conclusiones lógicas, las que son sometidas a comprobaciones experimentales. Solamente la complementación mutua entre estos procedimientos puede proporcionar un conocimiento verdadero sobre la realidad.

1.10.2 Técnicas de Recolección de Información

Ellos servirán de base para la medición e interpretación, empírica y estadística de resultados.

- Inspección Ocular.- Realizar visitas al lugar de investigación en este caso.
- Entrevistas.- Personas entendidas en el área, organizaciones, entidades.
- Visitas e investigaciones personales al lugar.
- Informes de la Junta parroquia.
- Informes y estadísticas de Quito Turismo
- Informes y estadísticas del Ministerio de Turismo, entre otros.
- Consejo Provincial de Pichincha.
- Cámara de Turismo.
- Eco ciencia.
- INEFA

1.11 INDICADORES Y VARIABLES

Tabla No. 1: Indicadores y Variables

Dimensión	Variables	Indicadores	Cálculo
Económico	Financiamiento público	Inversión de entidades seccionales HCCP – Municipio- Junta Parroquial. Infraestructura básica áreas de recreación y, demás servicios básicos. Demanda turística nacional y extranjera.	Contribución Autogestión Inventario - Costos. Encuesta universo Tamaño de la muestra.
Social	Población	P.E.A.	Número de habitantes. Sectores de la economía.
Ambiental	Clima Bosque Agua Suelo	Grados de temperatura Altitud Heliofania Evapotranspiración Bosque Primario (Especies) Sistemas hídricos	Grados centígrados Metros sobre el nivel del mar. Grados centígrados Por hectáreas Metros cúbicos Hectáreas

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez.

1.12 PLAN ANALÍTICO

CAPÍTULO I

1 PLAN DE TESIS

- 1.1 Tema
- 1.2 Antecedentes
- 1.3 Justificación
- 1.4 Identificación del Problema
- 1.5 Delimitaciones
 - 1.5.1 Tema
 - 1.5.2 Delimitación Temporal
 - 1.5.3 Delimitación Espacial
- 1.6 Objetivos de la investigación
 - 1.6.1 Objetivo General
 - 1.6.2 Objetivos Específicos
- 1.7 Hipótesis de la Investigación
 - 1.7.1 Hipótesis General
 - 1.7.2 Hipótesis Específica
- 1.8 Marco Teórico
 - 1.8.1 La incompatibilidad entre crecimiento económico y equilibrio ecológico:
 - 1.8.2 Teoría de las tres dimensiones del concepto de desarrollo sostenible
 - 1.8.3 Dimensión Económica
 - 1.8.4 Dimensión Social
- 1.9 Marco Conceptual
 - 1.9.1 Desarrollo Sustentable
 - 1.9.2 Turismo Comunitario Ecológico
- 1.10 Metodología
 - 1.10.1 Métodos de investigación
 - 1.10.2 Técnicas de Recolección de Información
- 1.11 Indicadores y Variables
- 1.12 Plan Analítico

CAPÍTULO II

2 BASES TEÓRICAS DE TURISMO Y DIAGNOSTICO SITUACIONAL, SOCIO ECONÓMICO Y LAS PERSPECTIVAS DE DESARROLLO COMUNITARIO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE PERUCHO

- 2.1 Turismo Comunitario
- 2.2 PROVINCIA DE PICHINCHA
 - 2.2.1 Geografía física
- 2.3 PERUCHO
 - 2.3.1 Aspectos físicos
- 2.4 Población de Perucho
 - 2.4.1 Altitud
 - 2.4.2 Clima
 - 2.4.3 Temperatura
- 2.5 Población Económicamente Activa (PEA)
- 2.6 Infraestructura Básica y de Servicios
 - 2.6.1 Vialidad
 - 2.6.2 Agua Potable y Alcantarillado
 - 2.6.3 Disponibilidad de Energía y Comunicaciones
 - 2.6.4 Educación y Salud

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA

- 3.1 Situación de la Oferta Turística de la Comunidad de Perucho
 - 3.1.1 Oferta Actual
 - 3.1.2 Establecimientos de Alojamiento
 - 3.1.3 Establecimientos Gastronómicos
- 3.2 Servicios de Áreas Recreativas
 - 3.2.1 Atractivos Culturales
 - 3.2.2 Atractivos Naturales
- 3.3 Comportamiento Histórico de la Demanda Turística Nacional
 - 3.3.1 Situación de la Demanda
 - 3.3.2 Clasificación de la Demanda
 - 3.3.3 Proyección de la Demanda en la Parroquia Perucho
 - 3.3.4 Perfil del Turista Demandante

- 3.4 Tamaño de la Muestra
 - 3.4.1 Procesamiento de la Información
 - 3.4.2 Tamaño de los Grupos Visitantes
 - 3.4.3 Preferencias por Tipo de Atractivo y Actividades del Turista
 - 3.4.3.1 Ingresos del Turista
 - 3.4.3.2 Ingresos que el Turista está en Capacidad de Pagar
- 3.5 La Oferta del Servicio
 - 3.5.1 Comportamiento de la Oferta
 - 3.5.2 Demanda Insatisfecha
- 3.6 Plan Estratégico de Marketing
 - 3.6.1 Producto o Servicio
 - 3.6.2 Variedad y Opciones
 - 3.6.3 Calidad de los Elementos de la Ruta
 - 3.6.4 Diseño de las Rutas
 - 3.6.5 Paquetes Turísticos
 - 3.6.6 Políticas de Promoción

CAPÍTULO IV

4 PROPONER MECANISMOS DE PLANIFICACIÓN, FINANCIAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS.

- 4.1 Planificación y Administración
 - 4.1.1 Tipo de Empresa
 - 4.1.2 Accionistas o Propietarios
 - 4.1.3 Administración de la “Empresa”
 - 4.1.4 Reglamento de la Empresa
 - 4.1.5 Estructura del Orgánico Funcional
 - 4.1.6 Actividades de Cada Grupo
- 4.2 Evaluación Económica y Financiera
 - 4.2.1 Estudio Económico y Evaluación Financiera
 - 4.2.2 Objetivo de la Inversión
 - 4.2.3 Alianzas Estratégicas
 - 4.2.4 Inversiones
 - 4.2.4.1 Activos Fijos
 - 4.2.4.2 Muebles
 - 4.2.4.3 Equipos de Oficina

- 4.2.4.4 Máquinas
- 4.2.4.5 Suministros de Oficina e Insumos
- 4.2.4.6 Menaje
- 4.2.4.7 Enseres
- 4.2.4.8 Materias Primas
- 4.2.4.9 Depreciación de Activos Fijos
- 4.2.4.10 Método de la Línea Recta
- 4.2.4.11 Activos Intangibles
- 4.2.4.12 Requerimientos de Personal
- 4.2.5 Gastos Administrativos
 - 4.2.5.1 Gastos en Servicios Básicos
 - 4.2.5.2 Suscripciones
 - 4.2.5.3 Gastos de Promoción y Propaganda
- 4.2.6 Gastos Financieros
 - 4.2.6.1 Condiciones del Crédito
 - 4.2.6.2 Condiciones del Crédito y Destino del Crédito en el presente Caso
 - 4.2.6.3 Plazos y Monto del Financiamiento:
- 4.2.7 Capital de Trabajo
 - 4.2.7.1 Ingresos por Ventas Brutas
- 4.2.8 Estados Financieros
 - 4.2.8.1 Estado de Situación Inicial
 - 4.2.8.2 Estado de Pérdidas y Ganancias
- 4.2.9 Flujo Neto de Caja
- 4.3 Plan de Inversiones
 - 4.3.1 Evaluación Financiera
 - 4.3.2 Determinación de la Tasa de Descuento
 - 4.3.3 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)
 - 4.3.4 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)
 - 4.3.5 Período de Recuperación de la Inversión
 - 4.3.6 Interpretación del Costo Beneficio

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

5.2 Recomendaciones

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO II

2 BASES TEÓRICAS DE TURISMO Y DIAGNOSTICO SITUACIONAL, SOCIO ECONÓMICO Y LAS PERSPECTIVAS DE DESARROLLO COMUNITARIO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE PERUCHO

El *Turismo Comunitario* surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" y afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

“Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial y a la corriente de Turismo Alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado”⁶.

“El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están o deben quedar en manos de miembros de comunidades locales”⁷.

Si bien el turismo comunitario no se ha consolidado a nivel mundial, debido principalmente a que se trata de un concepto de desarrollo relativamente nuevo y que se encuentra en permanente evolución, África, Asia y Latinoamérica son las regiones del planeta donde existen proyectos de este tipo.

“Al igual el Ecuador es un país con un potencial de desarrollo turístico reconocido en el ejercicio del Turismo Comunitario. Cuenta con cerca de cien (100) experiencias comunitarias y otro tanto en proceso de formación. Todas ellas situadas a lo largo de su territorio, que se encuentran desde el nivel del mar a 50 metros hasta los 4.000 metros de altura”⁸.

Este desarrollo se debe sobre todo a la misma autogestión y emprendimiento de las comunidades a lo largo de las cuatro regiones de la nación, además del apoyo que ha recibido de organismos internacionales de cooperación, organismos no gubernamentales "ONGS" fundaciones sin fines de lucro; por ejemplo; Federación Progreso de los Pobres, Visión Mundial, entre otras, el Sector

⁶ FEPTCE Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador: “Turismo Comunitario en el Ecuador”, Quito – Ecuador, Fecha 18 / Sep. 2011, p. 3 – 5.

⁷ Ibídem: FEPTCE: “Turismo Comunitario en el Ecuador”. P. 4

⁸ Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión; “Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y Sostenibilidad Social”, Edición Ilustrada, Editorial Abya Yala, año 2009, No de págs.83.

...

Público también ha tenido su participación a través del Ministerio de Industrias Productividad “MIPRO”, Secretaría de Pueblos y Nacionalidades Afroamericanas, el sector privado y las grandes industrias del turismo convencional se han mantenido al margen, salvo en contados casos específicos, por falta de coordinación con el estado, éste dotando de servicios básicos y de una infraestructura adecuada a los pueblos o comunidades con potencial turístico, y de otra el sector privado que no quiere correr el riesgo de hacer inversiones riesgosas y probablemente poco rentables, en tal caso le corresponde al Estado emprender acciones encaminadas al fortalecimiento micro regional de estos pequeños asentamientos, que estimule al sector privado.

El Gobierno de Pichincha pone a disposición de la ciudadanía la "Guía de Turismo Comunitario" de esta Provincia elaborada por la Unidad de Turismo Comunitario y Local, del Gobierno de Pichincha.

Este trabajo es producto de actividades conjuntas realizadas entre técnicos del Gobierno de Pichincha y habitantes de los diferentes cantones que realizan turismo empírico.

Para su consecución, se desarrolló una investigación que permitió determinar debilidades y fortalezas y organizar un plan de apoyo para el desarrollo turístico de sectores que tenían cierto potencial.

Se proporcionó ayuda técnica, accesos, talleres, señalética y más, con el fin de que mejoren sus servicios para atraer al turista.

Actualmente, el turista nacional y extranjero puede disfrutar visitando nuestras comunidades y realizar actividades de aventura, cabalgatas, visitar centros culturales y más.

La Unidad de Turismo Comunitario y Local del Gobierno de Pichincha, indicó que actualmente se está trabajando en la segunda edición de la guía turística que estará lista para su publicación y distribución en el 2013.

2.1 TURISMO COMUNITARIO

En el Ecuador varias “comunidades” y por ende las operaciones de Turismo Comunitario que los representan, se agrupan dentro de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE, que es el organismo gremial representativo del turismo comunitario en este país. Está estructurada con representantes de todas las comunidades involucradas y de las federaciones o redes provinciales y regionales, en donde destaca la Red de Turismo Comunitario

del Austro “Pakariñan” (Camino del Amanecer, en lengua Cañari), que aglutina a todo el sur del Ecuador. Además en la costa de Ecuador está la comunidad de Salango para conocer más de la actividad de turismo comunitario de Salango, otras comunidades indígenas como: Ashuar, Cofanes, Zaparos, Jibaros, que aprovechan las prodigiosas bellezas naturales de la selva, de gran parte del Oriente, y así muchas más, que están emprendiendo procesos muy éxitos de turismo comunitario como una alternativa de convivencia racional con el ecosistema, y mejorar su calidad de vida.

De ahí que; los ejes de desarrollo sobre los cuáles pone énfasis el turismo alternativo en el país deben girar alrededor de cuatro ejes fundamentales, a decir de los entendidos en la materia, como son:

“1. **Organización:** consolidación, mediación, resolución de conflictos y el tejido de estructuras organizativas en las comunidades, organizaciones o emprendimientos de turismo participativo.

2. **Cultura:** valorar, concienciar, rescatar y preservar las expresiones culturales propias de las comunidades y comuneros con relación a su territorio.

3. **Ambiente:** capacitación, conservación y manejo de los recursos naturales, de los cuales hace uso el turismo comunitario para ofrecer productos turísticos, y la lucha en la recuperación de los territorios comunales para un adecuado manejo por parte de las comunidades.

4. **Economía:** dinamización, integración y fortalecimiento del modelo de economía social y solidaria motor de los emprendimientos de turismo comunitario”⁹.

El Turismo Rural Comunitario es un conjunto de modelos de gestión basados en la participación local como elemento fundamental que permita la sostenibilidad de la actividad turística (como actividad económica complementaria) y la inclusión social y económica de las poblaciones rurales a través del desarrollo de productos y servicios diversos, usando adecuadamente sus activos naturales, culturales, financieros, humanos, sociales y físicos.

Su objetivo es contribuir, desde las zonas rurales, a un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social.

Elementos característicos del Turismo Rural Comunitario:

1. Se desarrolla en el medio rural

⁹ LOPEZ G. José, y Sánchez Cañizares María; “Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en Países en vías de Desarrollo. - Un Estudio de Caso en el Salvador”, Edit. Cultura & ambiente, El Salvador, pág. 48, año 2011.

2. Se basa en la participación y gestión local
3. Es responsable con el medio ambiente
4. Privilegia el valor de la experiencia
5. Su oferta de productos se basa en la cultura rural
6. Permite la interacción entre visitante y anfitrión

2.2 PROVINCIA DE PICHINCHA

La Provincia de Pichincha es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país, en la región geográfica conocida como Sierra. La ciudad de Quito es su capital administrativa y es también la ciudad más poblada de su región.

La provincia adquiere su nombre del estrato volcán activo homónimo, ubicado al centro norte de su capital Quito. Limita al norte con las provincias de Esmeraldas e Imbabura, al este con las de Sucumbíos y Napo, al sur con las provincias de Cotopaxi y Los Ríos, y al oeste con las provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas (ex cantón de la provincia).

2.2.1 Geografía física

En la provincia existen dos zonas diferenciadas: el este, un área dominada por los Andes orientales y occidentales; el oeste, un área que pertenece a la región Costa, que se encuentra poblada por ramificaciones subandinas. El Cayambe, con 5.790 m, es la elevación más alta. Los cursos fluviales más importantes son el Guayllabamba, el Blanco, el Pita, el Pisque y el San Pedro, todos de la cuenca del Pacífico. El clima es variable debido a la altura, desde el tropical hasta el templado interandino. Su vegetación es selvática y de estepa en la montaña

2.3 PERUCHO

Perucho debe su inicio a la época prehispánica. La comunidad aborígen de los Piruchos, nombre con el cual se les conocía, tenía una comarca extensa que limitaba con los Cochasquies, Cayambis y Otavalos en la parte norte y por el oeste con las comunidades que en la actualidad conforman las parroquias del nor-occidente. Los primeros habitantes de Pirucho se asentaron en los márgenes derechos de los ríos Guayllabamba y Pisque, llegando al nudo de Mojanda Cajas, hasta desembocar en el abra del río Guayllabamba.

Cuando los españoles llegaron a estos territorios en el año 1542, fundaron San Miguel de Perucho como una de las encomiendas más importantes y extensas de la Real Audiencia de Quito. Perucho fue una comunidad próspera gracias a la bondad de sus suelos y la explotación de la mano de obra local. Como antecedente para la división política de la zona, cabe recalcar que los antiguos caseríos que pertenecían a Perucho y que crecieron bajo su regazo, optaron por la independencia. Primero en 1861, Porotopungo, hoy Puéllaro; pronto siguió el ejemplo en 1870, Moraschocha, hoy San José de Minas, seguidamente, Habaspamba toma esta actitud y desde 1894 se convierte en parroquia con el nombre de Atahualpa. Posteriormente, en 1942 el caserío de Chavezpamba sigue el mismo camino.

2.3.1 Aspectos físicos

Perucho es una parroquia rural que está ubicada en la Zona Nor-Central del Distrito Metropolitano de Quito (Cantón Quito), Provincia de Pichincha, República del Ecuador, América del Sur. Perucho es parte de lo que históricamente se denomina zona peruchana y actualmente en términos de promoción turística se denominaría la Ruta Escondida. Es una importante zona agrícola, ganadera y avícola, con significativos remanentes de bosques nativos, relevantes paisajes escénicos y un apreciable patrimonio cultural. El principal producto es la mandarina y de cítricos en general.

2.4 POBLACIÓN DE PERUCHO

Es un lugar con pocas personas de hermosos paisajes para ir de visita, aparte de la candidez de la gente, la iglesia católica de tipo “churrigueresco” combinado con un toque herreriano, que debido a su deterioro ha sido restaurado varias veces para mantener su esplendor siendo el último en el período 2004-2006, “con un monto de \$ 275.118”, financiamiento por el “Fondo de Salvamento de Patrimonio de la Humanidad” FONSAL; consta de tres naves, siendo la central la más amplia que las laterales. la historia de esta iglesia se relaciona con la iglesia de Santo Domingo de Quito, desde donde se trajeron los elementos decorativos de las naves laterales por orden del Presidente García Moreno, el parquecito central, el bosque tropical, y sus fuentes de aguas termales constituyen atractivos muy acogedores para llevar inolvidables recuerdos por su visita.

Imagen No. 1: Vista frontal de la Iglesia de la Parroquia Perucho



Imagen No. 2: Iglesia de Perucho



El perímetro urbano lo compone unas 6 manzanas sobre una superficie aproximada de 8 hectáreas de terreno, según el Plan General de Desarrollo la superficie total es de 10 kilómetros cuadrados, su temperatura promedio anual es de 18⁰C y, en lo que va del año oscila entre 12⁰C y los 31⁰C “grados centígrados”, con clima tipo subtropical semi húmedo, sano y fácil para el aclimatamiento de todo tipo de personas, inclusive por sus fuentes de aguas naturales propicias para tratamientos de la

salud corporal; así como la rica diversidad de su flora y fauna, le da las características plenas de un pequeño pueblito propicio para ir a vacacionar, sin mayor problema del ruido y la polución ambiental, se encuentra a apenas dos horas de la ciudad capital.

Según el último censo actual de Población y Vivienda realizado por el INEC, Perucho cuenta para el año 2010 con 789 habitantes, de los cuales 407 son hombres y 382 mujeres, las edades que oscilan están en promedio entre los 15 a 40 años de edad, repartidos así, 212 personas están entre 1 día de nacido a los 14 años, 456 personas entre los 15 a 64 años, 121 personas están entre los 65 y más, donde prima la raza mestiza con 728 personas, seguida de la blanca con 40 personas.

Imagen No. 3: Panorámica de la Parroquia Perucho



Sus Límites geográficos comprenden:

Norte: con las parroquias de Chavezpamba, San José de Minas y el cantón Atahualpa

Sur: con Puéllaro.

Este: con Chavezpamba y Puéllaro.

Oeste: con San Antonio.

2.4.1 Altitud

La parroquia se encuentra a 1.833 m.s.n.m. (metros sobre el nivel del mar)

La topografía general de la parroquia de Perucho es del valle interandino, con pendiente suaves, ligeramente onduladas y planas, con un tipo de pendiente escarpada y montaña, así mismo se representan vertientes convexas y cóncavas, que corresponden a pendientes moderadamente onduladas y colinadas.

2.4.2 Clima

Diversidad de climas desde el subtropical-húmedo de las cuencas hidrográficas hasta el frío de los páramos, cuenta con una temperatura que oscila entre los 16°C y 30°C.

2.4.3 Temperatura

Los datos de temperatura muestran que existen un comportamiento estable, con ligeras variaciones que van de 1 a 2 grados centígrados, la temperatura promedio para los últimos 9 años es de 14,76 grados.

2.5 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)

Entre las principales fuentes de ingresos económicos para la parroquia se desarrolla alrededor de actividades del sector primario como; agricultura y la ganadería, la producción de algunas frutas, flores, avicultura y comercialización de productos derivados del campo, como hortalizas, cereales, legumbres, que comúnmente abastecen el autoconsumo de su población y otro tanto lo destinan para generar ingresos para cubrir con otras necesidades, especialmente de alimentación vestuario, educación de los chicos y jóvenes, para medicina y algo para el ahorro como fuente de financiamiento de pequeños préstamos comunitarios.

Se debe señalar también que existe un grupo de personas tras la organización Pro Asociación Agrícola Agropecuaria de la Zona Norte de Quito, que agrupa a tres organizaciones de tres cantones, donde se reúnen en calidad de socios como 350 personas entre ciudadanos e ingenieros agrónomos del lugar, que se encuentran ejecutando y con miras a ampliar un proyecto de comercialización de plantas frutales, que absorbería un 20% adicional de la mano de obra desocupada.

Las actividades comerciales de mayor actividad son la venta de productos fruto del campo, animales varios, venta de comidas, servicios de hospedaje, de transporte, de tiendas de productos de consumo masivo, basares, telefonía fija, papelería, entre otros negocios pequeños.

Tabla No. 2: Composición de la PEA

PEA	PEA Inactiva	PE Inactiva	PET.
Hombres	227	109	336
Mujeres	135	181	336
Total	362	290	652
PREDOMINIO POR TIPO DE SECTOR			
Sector Agro y Pecuario	45%		
Sector Comercial y Servicios	10,58%		
Inactiva	44,44%		

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez.

La PEA se encuentra distribuida así; 227 hombres distribuidos en labores agropecuarias en su mayoría, 135 mujeres en actividades agrícolas y de comercialización, 109 hombres en capacidad de trabajar (Población económicamente inactiva PEI) que no cuentan con trabajo y 181 mujeres en iguales condiciones que en este caso, viven bajo algún nivel de dependencia económica, que sumarian 652 personas de entre los 10 a los 65 años en capacidad de trabajar según el INEC.

Pero por su ubicación geográfica, “cercana a la ciudad de Quito capital de la república”, y topografía, se pudo percibir que es una comunidad con buenas oportunidades de explotar el turismo comunitario ya sea en forma privada, o como aporte de su comunidad organizada, pues los impactos positivos de la misma generarían varias actividades complementarias y paralelas creando trabajo a grupos familiares más grandes, como es el caso de como de creación de cabañas turísticas, para el deleite y esparcimiento de personas nacionales y extranjeras.

2.6 INFRAESTRUCTURA BÁSICA Y DE SERVICIOS

El asentamiento urbano de la parroquia que se extiende en un perímetro aproximado a la redonda de y un kilómetro de ancho por uno y medio de largo, en donde se concentra el eje de la dinámica económica-social de sus moradores, en la cual es necesario precisar el nivel de disponibilidad de servicios e infraestructura básica satisfecha.

2.6.1 Vialidad

Por ejemplo en lo referente a vías, a Perucho se puede llegar por dos vías de acceso de primer orden e importantes:

Tabla No. 3: Vialidad desde Quito hasta Perucho

VIALIDAD				
CARRETERAS	DESCRIPCIÓN	TRAYECTO		DISTANCIA
		DESDE	POR	
Primer orden	Asfaltada.	QUITO	GUAYLLABAMBA	45 Km
Segundo orden	Asfaltada.	QUITO	SAN ANTONIO DE PICHINCHA	25 Km

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez.

Carretera de Primer Orden: Asfaltada.

La primera ruta que parte de Quito → Calderón → Guayllabamba → Puéllaro
→ Perucho, distancia saliendo desde el norte de Quito, 45 kilómetros de distancia.

La primera ruta que parte de Quito → Puéllaro → Perucho.

Carretera de Segundo Orden: Lastrada y Tercer Orden: De Tierra

San Antonio de Pichincha → Perucho, distancia 25 kilómetros.

Y por último, internamente el acceso a los barrios La Florencia y San Miguel de Uyumbuco es por vías de primer orden asfaltado una buena parte, luego continua con una carrera adoquinada para llegar a San Luis de Ambuela y, con una vía de tercer orden para llegar a San Ramón.

2.6.2 Agua Potable y Alcantarillado

Recurso Agua

La parroquia de Perucho se caracteriza por tener cinco vertientes:

- Cahuandro, que se encuentra ubicada al inicio de la quebrada de Palmares.
- Palmares, se encuentra bajo la Escuela Pedro de Puelles.
- Vertiente San Ramón dentro de la propiedad del Sr. Ernesto Rodríguez.
- Vertiente de Guayaquil dentro de la propiedad de Sra. Luisa Bastidas.
- Vertiente de Palmares sector San Fernando (agua para regadío del centro poblado).

Tabla No. 4: Cobertura de Servicio de Agua

NOMBRE DE LA PARROQUIA	PROCEDENCIA PRINCIPAL DEL AGUA RECIBIDA					Total
	De red pública	De pozo	De río, vertiente, acequia o canal	De carro repartidor	Otro (Agua lluvia/albarrada)	
Perucho	182	-	42		3	227

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010/ INEC.

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

En lo referente a disponibilidad de agua de tubería 98,6% “no completamente potable” del territorio es atendido en la actualidad, el 1,3 % no cuenta con redes y tampoco con el servicio, aparentemente por encontrarse en los barrios más alejados del perímetro urbano.

Tabla No. 5: Cobertura de Servicio de Alcantarillado

NOMBRE DE LA PARROQUIA	TIPO DE SERVICIO HIGIÉNICO O ESCUSADO						
PERUCHO	Conectado a red pública de alcantarillado	Conectado a pozo séptico	Conectado a pozo ciego	Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	Letrina	No tiene	Total
TOTALES	124	67	22	2	-	12	227

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010/ INEC.

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Mientras que alcantarillado sanitario tiene una cobertura el 54,6 % de expropiación urbanística, un 29,5 % que corresponde a conexiones a pozo séptico, el 9,6 a pozo ciego, 6,3 de los barrios la Florencia y Ambuela que aún no disponen del servicio. En lo referente a alcantarillado fluvial que es complementario a éste servicio, la cobertura es de un 60% y el restante 40% aun no dispone del servicio.

2.6.3 Disponibilidad de Energía y Comunicaciones

Este servicio lo surte la empresa eléctrica estatal, con un total de 222 medidores domiciliarios, y aún faltan 5 domicilios por cubrir, en lo referente a red público de excretas, 124 domicilios lo disponen, 67 están conectados a pozo séptico, 22 a pozo ciego, 2 que descargan en ríos, letrinas no lo tiene ninguno, y 12 domicilios aún carecen del mismo.

La recolección de basura mediante carro recolector, están conectados 121, domicilios, otros 62 votan a ríos o quebradas, 26 lo quema, 13 lo entierran, y 5 adoptan otras formas varias, de un total

de 227 demandantes. En este caso estaría dentro de las prioridades de su plan de desarrollo estratégico planteado para los siguientes 6 años, al igual que implementar un proceso de eficaz de purificación del agua potable.

Un servicio también importante es el acceso a telefonía, en Perucho el 80% de las familias disponen de una línea telefónica y solo un 20% aún espera que se extiendan las redes para acceder al servicio, y la cobertura a internet es baja apenas del 25% de la población, que es otro puntal en el cual debe trabajar su gobierno parroquial, con el afán de estimular aún más el turismo, entre otras cosas.

2.6.4 Educación y Salud

La educación es uno de los aspectos más importantes en la estructura organizacional del Gobierno Parroquial, puesto que tanto la educación, como la cultura han sido declaradas tareas prioritarias para el desarrollo de la parroquia. Sin educación no hay progreso y sin cultura no hay identidad es la reflexión que hace la Junta parroquial de Perucho para demostrar lo imperativo de trabajar intensamente en estos dos campos. Además está la recreación y el deporte, actividades fundamentales en la vida de un pueblo.

Tabla No. 6: Planteles y Número de Estudiantes Primarios de Perucho

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS					
ESTABLECIMIENTO	Nº DE DOCENTES		Nº ESTUDIANTES		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	NIÑOS	NIÑAS	
JOSE DE LA CUADRA	0	1	7	8	15
PEDRO DE PUELLES	1	2	39	35	74
HERNANDO DE MAGALLANES	0	1	4	8	12
TOTAL	1	4	50	51	101

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010/ INEC.

Elaborado por: Instituto nacional de Estadísticas y Censos

En San miguel de Perucho funcionan tres establecimientos de educación primaria o básica.

- Escuela Fiscal Pluridocente Pedro de Puelles, en el centro poblado.
- Escuela Unidocente Hernando de Magallanes en el barrio San Luis de Ambuela.
- Escuela Unidocente José de la Cuadra en el Barrio San Miguel de Uyumbuco.

Tabla No. 7: Planteles y Número de Estudiantes Secundarios de Perucho

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS					
ESTABLECIMIENTO	N° DE DOCENTES		N° ESTUDIANTES		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	
TÉCNICO PUELLARO	12	13	231	171	402
PRÓCER ANTONIO AGUIRRE	2	13	91	111	202
TOTAL	14	26	322	282	604

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010/ INEC.

Elaborado por: Instituto nacional de Estadísticas y Censos

- ✓ Para la educación secundaria, el 50% de los jóvenes acuden a los colegios que están ubicados en la zona: El Técnico Puéllaro, y al Prócer Antonio Aguirre de Atahualpa. El restante 50% acude a Colegios de la Ciudad de Quito.
- ✓ Para educación superior, la mayoría de estudiantes se inscriben en universidades o Institutos de la ciudad Quito o escogen la modalidad semipresencial o a distancia.

Sin embargo el nivel de analfabetismo absoluto es del 30% en mujeres y el 25% en hombres a nivel general, el analfabetismo funcional es del 45%, de niños y jóvenes debido a las limitaciones que impone las tareas agropecuarias del lugar, y la necesidad de ingresos económicos para su sustento. Del total de la población en capacidad de estudiar apenas el 10% terminan el colegio y una preparación a nivel medio.

Tabla No. 8: Número de Pacientes que Atiende el Sub-Centro de Salud

ATENCIÓN DE PACIENTES DEL SUBCENTRO DE SALUD	
SALUD INTRAMURAL	4839
SALUD EXTRAMURAL	1190
ACTIVIDADES ACADÉMICAS	54
ACTIVIDAD INVESTIGATIVA	404
SALUD MATERNAL	372
SALUD INFANTIL	313
VACUNACIÓN SUBCENTRO	870
MORBILIDAD	4154
TRABAJO SOCIAL	544
TOTALES	12.740

Fuente: Subcentro de la Parroquia Perucho

Elaborado por: Cristina Martínez

En Perucho funciona también un Sub-centro de salud bajo la modalidad de convenio Tripartito con la intervención de: Universidad Central del Ecuador, Ministerio de Salud y Gobierno Parroquial; cuenta con instalaciones y equipamiento para brindar atención primaria de salud a los pobladores de Perucho y de toda la Zona Norcentral.

Este está en capacidad de cubrir al 90% de su población, pero comúnmente por falta de buenos hábitos del cuidado de la salud personal y falta de promoción del servicio, no es muy concurrida ni tampoco llena la capacidad de su oferta que en el máximo de los casos cubre el 45%; y siempre no dejan de estar presentes las enfermedades respiratorias, de tipo cardíacas, las nutricionales producto de la mala alimentación, pérdida de calcio en los huesos, envejecimiento prematuro producido por exceso de exposición al sol, y en los niños las de tipo espiratoria, nutricional, parasitarias y bacterianas.

Además a escasos 8 kilómetros del centro poblado, funciona un dispensario del seguro Social campesino que atiende a 800 afiliados de toda la zona entre ellos pobladores de Perucho.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT): "El turismo es una de las actividades económicas que más crece en el mundo, a la vez que influye decisivamente en el desarrollo de un país, estimulando las economías nacionales y locales". En el caso ecuatoriano, los ingresos por turismo internacional por citar un ejemplo para el año 2005, fueron de \$ 486 millones de dólares.

En Ecuador el área de turismo como es natural, se divide en dos aspectos: Oferta y Demanda.

Entonces a la oferta se lo puede entender como:

*"La Oferta, "Es la cantidad de bienes o servicios que se está dispuesto a ofrecer o vender a distintos precios en un momento determinado dentro de un área geográfica."*¹⁰

*"El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio"*¹¹

Es así, que la oferta turística del Ecuador se divide en: puntos de visita e industria turística. Ahora bien, los puntos de visita son aquellos lugares dentro del territorio nacional que ofrecen algún atractivo a los turistas, ya sea por las características naturales del lugar o por su cultura.

En este sentido, según datos publicados por la ONG Conservación Internacional; el Ecuador es uno de los 17 países megabiodiversos que albergan entre 60% y 70% de la biodiversidad del planeta. A su vez, la megabiodiversidad del Ecuador se expresa en sus cuatro regiones turísticas: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía; lo cual resulta más atractivo por ser un país de dimensiones reducidas (256,000 Km²) que permiten desplazamientos internos relativamente rápidos y cortos.

Para ello según el Ministerio de Turismo del Ecuador es importante diferenciar entre recursos y atractivos turísticos, la definición es la siguiente:

¹⁰ HERNÁNDEZ Abraham, "Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión", Editorial Thompson, 4ta Edición, México, 2002, p.52.

¹¹ Ibídem. BACA, URBINA, Gabriel, Op. Cit., p.49.

- “Recurso Turístico. Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones.
- Atractivo Turístico. Son recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, esto es, dotados al menos con accesos y preferiblemente con servicios básicos”¹².

Otra definición la establece la metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR y es la siguiente:

- Atractivos Turísticos. Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

OFERTA TURÍSTICA

Se define como oferta turística “al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición del usuario o consumidor turístico, para su disfrute y consumo; está relacionada con otros sectores de la vida nacional como: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión.

La oferta turística está integrada por ocho partes muy importantes:

- a) **Atractivo Turístico:** Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.
- b) **Patrimonio Turístico:** Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan; se trata de la disponibilidad de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura.

¹² Ministerio de Turismo del Ecuador: PLANDETUR... 2020. p. 11.

b) **Producto Turístico:** Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico.

c) **Los Recursos Turísticos:** Es “todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo”. Estos se dividen en:

- **Básicos:** los mismos que son decisivos, para el turismo y pueden ser directos o indirectos. Los directos comprenden atractivos turísticos y equipamiento y los indirectos transportes, servicio y comunicaciones.

- **Complementarios:** sirven de apoyo al funcionamiento de la actividad e incluyen institucionales y económicos.

e) **La Planta Turística:** Es el conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos; pueden ser: las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.

f) **El Equipamiento Turístico:** Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna; constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista como: establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte.

g) **La Infraestructura Turística:** Es una modalidad de la infraestructura general del país y forma parte ineludible de la oferta turística. Los costos que involucra son elevados y constituyen un obstáculo para el desarrollo del turismo. Esto obliga a construir sólo en lugares realmente justificados y en proporción requerida por la demanda.

Es fundamental el diagnóstico de infraestructura y equipamiento para conocer las capacidades existentes en el área, determinar la disponibilidad actual y sobre todo la sub o sobre utilización de las estructuras presentes para así promover modificaciones o ampliaciones

h) **Los Servicios Complementarios:** Los servicios turísticos constituyen prestaciones que directamente o con auxilio de transportes, etc. dan lugar a la satisfacción de las necesidades de los turistas. Tienen la mayor importancia para la industria turística ya que el visitante extranjero exige en el país que visita las comodidades a que está acostumbrado y las condiciones sanitarias, de seguridad y de asistencia necesarias.

En el Ecuador el turismo constituye una actividad económica y un fenómeno social que empieza a tomar forma en la década de los años 60, cuando por iniciativas del sector privado se desarrolla oferta de productos turísticos en el Ecuador continental y las Islas Galápagos.

La variedad de paisajes, fauna y grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventuras, de negocios o cultural hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo, sobre todo, para visitantes de Europa, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta de Ecuador

En el Ecuador la oferta turística se ha ido desarrollando tanto en infraestructura y facilidades como en productos turísticos y posibilidades de hacer actividades relacionadas con el turismo, especialmente de aventura y visitas a sitios naturales.

“Descripción General. Ecuador tiene inventariado 1.635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales. Para cada uno de los atractivos tiene una jerarquía con el siguiente significado:

Jerarquía IV: Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial”¹³

Por otro lado; se tiene a la industria turística, que engloba a los establecimientos encargados de proveer bienes y servicios relacionados a esta actividad.

“De acuerdo a cifras oficiales al 2005, las principales actividades de la industria turística eran: Alimentos y Bebidas 60% (7,424 establecimientos), Alojamientos 23% (2,888 establecimientos), Agencias de Viaje 9% (1,154 establecimientos), Recreación y Esparcimiento 5% (633 establecimientos) y Transporte turístico 3% (346 establecimientos). Sin embargo, el 80% de los establecimientos están localizados en 6 de las 24 provincias y el 70% de alojamientos se concentran en 7 de las 24 provincias, concretamente: Pichincha 19,9%, Guayas 14,1%, Esmeraldas 10,5%, Manabí 10,1%, Tungurahua 6,3%, Azuay 5% e Imbabura 4,6%”¹⁴.

Adicionalmente, para el 2011 Ecuador se ubicó en el puesto 96 entre 130 países en el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo realizado por el World Economic Forum (WEF). El WEF basa su análisis en tres sub-índices:

¹³ Ibídem. PLANDETUR 2020. p. 12.

¹⁴ Catastros del Ministerio de Turismo del Ecuador, Min. de Turismo, Plandetur 2020, Fundación Ecuador Libre. Cap. Entorno Económico. Edición No 146. p 5 – 15, año 2010.

“Marco regulatorio del turismo; infraestructura y entorno; recursos naturales, humanos o culturales. Es así, que Ecuador a pesar de ocupar el puesto 62 entre 130 países dentro del subíndice de recursos, no se lo considera como un buen lugar para desarrollar actividades turísticas debido a su pobre ubicación en Marco regulatorio (puesto 103) e infraestructura (puesto 97)”¹⁵.

En este sentido, el actual Gobierno a través del Plan de turismo 2020 (Plandetur), ha buscado desarrollar el turismo, respaldándolo con una adecuada facilitación de la visita y estancia del turista en los lugares de destino. Esto, a través de proyectos, tales como: Plan de señalización Vial, Urbana, Rural y de Sitios de Patrimonio Cultural, Red Urbana de Centros de Asistencia al Turista, entre otros.

El total de programas del Plandetur 2020, cuentan con un presupuesto de USD 270 millones, los cuales serán financiados con asignaciones presupuestarias, impuestos sobre la actividad turística, entre otros. Sin embargo, dicho financiamiento puede resultar desfavorable, debido a que los impuestos sobre la actividad turística reducirían la rentabilidad de la misma, lo cual se reflejaría en precios más altos para los turistas. Situación que afectaría no sólo la capacidad de competencia de la industria, sino que además limitaría su capacidad de desarrollo.

Es así, que el desarrollo de la oferta de turismo en Ecuador, no dependerá exclusivamente de la inversión de recursos públicos en dicho sector, sino a la creación de un entorno estable, que ofrezca garantías para la inversión en infraestructura turística, la cual permitirá el desarrollo de la industria turística, y de un estímulo fiscal que garantice por lo menos sus primeros años de consolidación, así como el costo del dinero por su uso, y las facilidades que preste el sector financiero, tanto el privado y en particular el público, a través de la Corporación Financiera Nacional, que debería reducir las garantías si se la quiere encajar dentro de un programa global de apoyo al sector mencionado.

3.1 SITUACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PERUCHO

El principal objetivo que persigue “Cabañas Pelicano Express”, es buscar la satisfacción del turista a través del Alojamiento y de los servicios que presta este establecimiento hotelero con actividades de turismo comunitario en contacto directo con los recursos de su entorno, lo que implica conocer y disfrutar de actividades diversas que armonizan un estado de paz y tranquilidad con la naturaleza.

¹⁵ Organización Mundial de Turismo, “Turismo en Iberoamérica”, ONG fundada en Washington DC en 1987, dedicada a la asesoría, cooperación e implementación de políticas públicas basadas en el desarrollo sostenible.

3.1.1 Oferta Actual

En términos generales se empezará primeramente haciendo alusión al marco referencial sobre el cual se mueve el turismo en la provincia para luego determinar el cálculo de la oferta; se tomará, el total de turistas que visitan la parroquia por diferentes motivos, luego por medio de una prueba piloto se determinará el tamaño de la muestra, para efectuar una encuesta que ayudará a saber la cantidad de demanda real de personas que requieran del servicio de hospedaje en la parroquia, al cual se pretende sumar cierto valor agregado para comodidad y deleite de los usuarios, en mención a un servicio de calidad que genere la expectativa e interés de su visita.

3.1.2 Establecimientos de Alojamiento

Servicios turísticos de alojamiento: “Tradiciones de mi Tierra”

- Alojamiento,
- Comida Tradicional,
- Caminatas,
- Cabalgatas,
- Ciclopaseo,

Dirección: Parque central y Barrio Trinidad)/ Teléfonos: 2-780-195, 2-780- 041, o Celular: 09 84-4 74 -148.

Restaurante Peruchito, con su especialidad los ceviches.

3.1.3 Establecimientos Gastronómicos

Todos ellos que se especializan en uno u otro plato típico, pero también hay quienes prefieren preparar alimentos variados para los diferentes gustos de los clientes, en especial relacionados con la comidas tradicionales del sector, o a su modo de la región o del país.

Tabla No. 9: Establecimientos Gastronómicos y de Hospedaje

TIPO DE MICROEMPRESAS	
SERVICIOS	CATEGORÍA
Hostería Tradiciones de Mi Tierra	Segunda
Picantería Elsa Muenala	Tercera
Comedor Cristi	Tercera
Restaurante Comida Rápida Adriana	Segunda
Cuyera Flores Alvarado	Segunda
Restaurante Peruchito especialidad ceviches.	Segunda
Pequeños locales de venta de frutas.	Tercera

Fuente: Gobierno Parroquial de Perucho / **Año:** 2010

Elaborado por: Consultora Villalba y Asociados.

Especialidades Gastronómicas del Sector

- Sancocho Peruchano, sopa exclusiva de Perucho
- Cariuchos con trucha o tilapia
- Cuy asado con papas y salsa de pepa de zambo.
- Vino de mandarina.
- Refrescante jugo natural de mandarinas y limonadas.
- Helados de mandarina y limón.
- Café peruchano con tortillas de tiesto.
- Pan de zanahoria, quimbolitos, entre otras.

Imagen No. 4: Sancocho Peruchano



3.2 SERVICIOS DE ÁREAS RECREATIVAS

Como atractivos turísticos pertenecientes al sector tenemos:

➤ **La Cascada Perucho.**

El camino antiguo San Ramón Perucho, vía de acceso desde la ciudad de Quito a las parroquias de la zona Nor Central, es un atractivo que tiene una casa de hospedaje turístico acogedor y apacible (no es competencia para el proyecto, puesto que se encuentra fuera del radio de acción que pueda generar un impacto directo o indirecto) para luego continuar con la visita de la cascada de San Ramón.

Imagen No. 5: Casa de Descanso San Ramón



La cascada de San Ramón en Perucho es un atractivo muy agradable para ir de excursión, su entorno ofrece un panorama muy florido y acogedor, hoy está poco fomentada por entidades locales y nacionales, pero con el nuevo Plan de Promoción Turístico Nacional, dirigida por el Ministerio de Turismo del Ecuador, se podrá dar a conocer de mejor manera con el levantamiento de la información base necesaria y la presentación de planes concretos dirigidos a esta actividad, por el gobierno seccional del cantón o entidades particulares.

Las cascadas son un atractivo muy acogedor y tranquilo para disfrutarlo en pequeños o grandes grupos de personas, muestra de ello la visita permanente de turistas extranjeros en compañía de sus amigos y familiares.

Imagen No. 6: Cascada de Perucho



➤ **Recreación: Piscina y complejo Deportivo, Chorrera del Río Cubí.**

Se puede incluir a la Ruta de Aventura para caminatas y ciclo-paseo que circunda las parroquias de: Ambuela, Uyumbuco, La Florencia.

Imagen No. 7: Ruta de Ciclo Paseo



- **Producción Agropecuaria:** Granjas integrales con una producción variada de frutas y crianza de animales.

Imagen No. 8: Producción de Banano



Imagen No. 9: Producción de Aguacates



Imagen No. 10: Producción de Chirimoyas

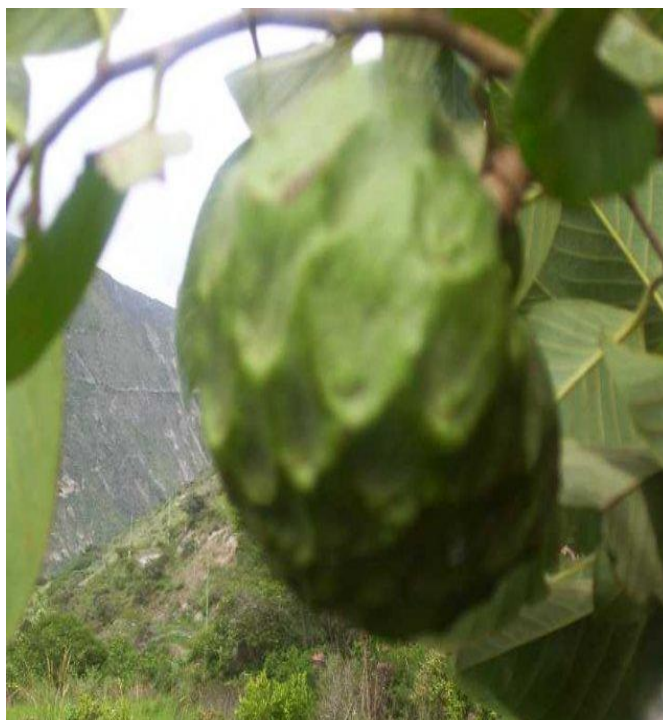


Imagen No. 11: Producción de moras



Imagen No. 12: Producción de Mandarinas y Naranjas



La producción agrícola, es la principal fuente de ingreso y subsistencia para los pobladores de la parroquia Perucho. La actividades económica frutícola, es la actividad potencial de la población de Perucho. Otras actividades económicas importantes son: el comercio minorista y la microempresa.

Imagen No. 13: Plantel Avícola



Imagen No. 14: Producción de Conejos



Imagen No. 15: Producción de Chanchos



- Páramos de Piltaqui.- Chaparros de Pucará y San Juan.

El contraste de la mega biodiversidad de pisos climáticos hace de Perucho, una parroquia rural única y muy atractiva para el descanso y el paseo, al mismo tiempo se puede encontrar variedad de orquídeas, y en pisos altos se puede ver hermosas retamas y disfrutar del típico paramo andino con frío muy intenso.

Imagen No. 16: Páramos de Perucho



- Bosque Tropical San Ramón.- Aquí se encuentra cactus y algarrobos, más de 300 especies de orquídeas diferentes, ideal para caminatas.

Imagen No. 17: Flora y Fauna



3.2.1 Atractivos Culturales

En la actualidad, Perucho es la Parroquia más pequeña de la Zona Norcentral del Distrito Metropolitano de Quito, pero posee una rica historia. En la época pre-incásica toda la zona estuvo poblada por la etnia Pirucho, la que constituye el substrato étnico-cultural más antiguo de la región, y da su nombre a toda ella. Numerosas tolas dan testimonio de su presencia. Los piruchos, de raíces caras, conformaron confederaciones con las agrupaciones vecinas y fueron parte del núcleo

emergente del antiguo Reino de Quito (Quitús-Caras). En la Colonia, desde muy temprano (1542), pasó a ser una encomienda muy extensa, que luego se fragmentó en grandes latifundios.

En la época de la independencia en la zona se conformó el batallón “Perucho”, conocido por su valentía. En los primeros años de la república toda la zona constituía la Parroquia de Perucho, de la que con el correr de los años fueron desgajándose todas las demás: en 1861 Puéllaro, 1870 San José de Minas, 1894 Atahualpa, y en 1942 Chavezpamba.

Los grandes tesoros de Perucho: su iglesia y la calidez de la gente, Perucho forma parte de la “Ruta Escondida”, proyecto turístico que busca potenciar las cualidades de la zona.

Uno de ellos y de mayor importancia para propios y extraños es la Iglesia Parroquial de Perucho. Fue construida, originalmente, alrededor del año 1700 con una estructura totalmente de madera; de allí su importancia y valor histórico y arquitectónico. En el interior de la Iglesia parroquial se encuentran varias imágenes y esculturas que son consideradas como patrimonio cultural y religioso, pues son esculturas que datan de los años 1700, es decir de la época colonial y muchas de estas fueron elaboradas por artistas de la Escuela Quiteña.

Este Patrimonio ha sido catalogado como “Único en el Ecuador”. Por este motivo, en dos etapas en los años 2005 y 2006, el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural del Distrito Metropolitano de Quito (FONSAL), entidad municipal que realizó la restauración externa e interna de la iglesia para preservarla.

Imagen No. 18: Iglesia Católica de Perucho



3.2.2 Atractivos Naturales

Cuenta de igual manera con una rica y variada Flora; existen cactus, algarrobos, aliso, capulí, guantos, nogal, puma maqui, quishuar, yagual, chinchín, chámanos, chilca, higuera, sauce, marco, wicundos, cholán, musgos, floripondio, entre otros.

En referencia a la Fauna; predominan el armadillo, chucuri, puerco espín, raposas, lagartijas, ranas, serpientes, conejos, lobos, ardillas, zorros, murciélagos; animales introducidos, ganado vacuno, asnos, caballos, ovejas y cerdos.

Respecto a las Aves existen; mirlos, viragchuro, gorrión, quindes, palomas, quílilicos, tórtola, tucunzas, cuturpillas, lechuza, búhos, pigpigas, gavián, petirrojos, tangaras, gallinazos. Y aves domésticas de corral como: patos, palomas, gansos, gallinas, pavos, y codornices.

Preservación Ecológica: Algunos de estos recursos se encuentran sin explotar.

El Bosque de San Ramón, es un lugar atractivo y muy recreativo para caminatas.

Imagen No. 19: Aves y Flores



✓ **Aguas Termales en San Ramón. (Privado)**

Imagen No. 20: Balneario San Ramón



Imagen No. 21: Parque Central junto a la Iglesia con Plantas y Árboles



Sus Fiestas

Enero: Año Nuevo, Santos Reyes

Febrero: Carnaval

Semana Santa: Ceremonia religiosa tradicional, desde el jueves santo hasta el sábado de resurrección; durante el viernes santo se destaca el viacrucis con representaciones en vivo, el sermón de las siete palabras ante una representación del monte calvario elaborada con ramas de sauce y la presencia de personajes típicos como los cucuruchos. También el descendimiento de la cruz con la participación activa de los Santos Varones y esclavos de la Virgen de los Dolores, quienes llevan en procesión las imágenes de Cristo en el santo sepulcro y de la santísima Virgen de los Dolores. Mientras tanto los jóvenes cargan a la imagen de San Juan y los niños a María Magdalena

Junio: Fiestas de San Pedro y San Pablo, San Luis de Ambuela.

El 29 de Septiembre: Fiestas Patronales, San Miguel de Perucho y San Miguel de Uyumbuco, en estas festividades se puede disfrutar de: la expo-feria, amanecer musical, elección de la reina, presentación de artistas, festival de comidas típicas, desfile de la confraternidad, comparsas, carros alegóricos, novena y misa en honor a San Miguel, y el baile general.

Celebraciones tradicionales de navidad, fin de año y Santos Reyes: En Navidad se mantiene la tradición del pase del niño, con gitanas, pastores y representaciones vivas. En fin de año se vive toda una fiesta de confraternidad parroquial para despedir el año con disfrazados, concursos, alegorías, testamentos, premios. En Santos Reyes se busca recuperar la tradición de esta fiesta de reyes con loas y canciones en honor al Niño Jesús, de los representantes de los Tres Reyes fuegos pirotécnicos, etc.

Festival Eco turísticos de la Zona Peruchana: Es a nivel de las cinco parroquias de la zona, se celebra en diferente parroquia cada año donde se elija la sede.

COSTUMBRES

Juego del Trique, las tortas, el trompo, la rayuela, el huevo de gato, el cushpe, las bolas de jaboncillo, perinola. Los juegos tradicionales son parte de la cultura inmaterial del norte de la provincia de Pichincha. Antiguamente, los juegos tradicionales eran parte del diario vivir y de la convivencia social en la zona de Perucho. Actualmente, según nos cuenta don Arsenio Ayala, estos juegos tradicionales han sido reemplazados por la televisión.

Grupos culturales:

Grupo Perucho relicario de historia y leyenda,

Grupo de danza Pacari Llacta,

Grupo de música folklórica Cálido Amanecer.

Grupo de danza Perucho,

Grupo juvenil de música Nuevo Amanecer,

Banda de pueblo San Miguel de Perucho.

Banda de Perucho: Grupo juvenil de música Sentimiento Peruchano. La banda de Pueblo de Perucho, es muy tradicional que entonen música en toda la fiesta y también en las procesiones acompañando en todo el recorrido.

3.3 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL

Dentro de la generación de divisas al Ecuador por concepto de venta de sus bienes y servicios, el sector ingresos por rentas turísticas se encuentra entre los más diez importantes, por ejemplo para el año 2010 genera \$ 583,7 millones de dólares en ingresos ubicándose en un importante 4to lugar en crecimiento, para el año 2011 crece a \$ 617, 2 millones de dólares pasando éste del 4to al 6to posición, superado solamente por las exportaciones tradicionales de camarón que ocupa el 4to lugar y por los productos elaborados del mar que le ubican en el 5to puesto, más no por haberse estancado o disminuido, sino porque los demás productos señalados tuvieron también crecimientos más favorables que el turismo.

Dando muestras claras de crecimiento sostenido en el período analizado, sentando confianza para la toma de cualquier decisión de inversión en el área; como se aprecia en el siguiente reporte.

Tabla No. 10: Principales Productos Primarios e Industrializados de Exportación del Ecuador en Millones de Dólares

AÑOS DE EXPORTACIÓN	TURISMO	PETRÓLEO	BANANO Y PLÁTANO	CAMARÓN	DERIVADOS DEL PETRÓLEO	OTROS ELABORADOS DEL MAR	MANUFACTURA DE METALES	FLORES NATURALES	TOTAL DE EXPORTACIONES PRODUCTOS PRIMARIOS E INDUSTRIALIZADOS
Ubicación	4	1	2	3	6	7	5	8	
2010	583,70	6438,70	1546,90	605,10	465,30	458,50	491,70	451,70	12660,80
Ubicación	6	1	2	4	3	5	8	7	
2011	617,20	8184,70	1693,70	862,90	885,30	666,30	488,40	513,30	16025,50

Fuente: Banco Central del Ecuador. Según la Balanza de Pagos del Ecuador. (Cuenta de Viajes y Transporte).

Elaborado por: Cristina Martínez

En lo que respecta el número de visitantes, analizado desde el punto de la Demanda cuantificada tenemos el siguiente cuadro; Turismo Receptor: Extranjeros que visitan el Ecuador por diversas razones.

Tabla No. 11: Número de Turistas que Visitan el Ecuador

MES	AÑOS					Var. % 2012/2011
	2008	2009	2010	2011	2012	
ENE	92.378	86.544	96.109	105.548	127.119	20,44
FEB	74.174	72.742	89.924	86.421	99.551	15,19
MAR	77.946	72.226	82.452	87.495	96.975	10,83
ABR	67.557	72.910	70.540	87.507	92.627	5,85
MAY	74.667	70.277	77.618	82.870	92.646	11,8
JUN	89.262	89.889	91.602	99.949	118.293	18,35
JUL	109.250	102.571	110.545	117.966	130.783	10,86
AGO	96.336	87.221	95.219	98.962	106.368	7,48
SEP	73.757	68.124	71.776	80.090	85.986	7,36
OCT	79.814	77.960	83.701	88.357	99.145	12,21
NOV	83.458	76.965	81.253	92.573	99.676	7,67
DIC	86.698	91.070	96.359	113.299	122.784	8,37
TOTAL	1.005.297	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.953	11,47

Fuente: Dirección Nacional de Migración.

Elaborado por: Dirección de Investigación – Ministerio de Turismo. / Año 2012

Para el año 2008 el número de visitantes que llegan a Ecuador es de 1.005.297, luego registra un decrecimiento del 3,6 % para el año 2009 con 968.499 personas, debido especialmente a factores climáticos desfavorables en la Costa ecuatoriana, recuperándose nuevamente para el año 2010 con un incremento del 7.5 % con un total de 1.047.098 visitantes, y para el año consecutivo 2011 crece alrededor del 8% anual, con 1.141.037 visitantes, mientras que el comportamiento para el año 2012 tiende también al alza de dos dígitos; evidenciando una tasa de crecimiento promedio del 11,47%, en relación al año inmediato inferior pasado, lo que crea un ambiente positivo para realizar inversiones en este sector.

Perucho es la parroquia de la Zona Norcentral del Distrito Metropolitano de Quito con un importante potencial de desarrollo turístico,

Los atractivos turísticos que dispone son muy variados y se relacionan con un entorno natural privilegiado: montañas de gran altura (miradores), paisajes variados y una importante biodiversidad con especies únicas, que hoy en día se encuentran en vías de extinción.

A esto se suma la cercanía con la ciudad de Quito y las facilidades de acceso por una vía pavimentada de 45 kilómetros y otra en estudios (Otavalo – San José de Minas).

3.3.1 Situación de la Demanda

La demanda se le puede entender como:

“Es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población, por medio de la oferta de un determinado bien o servicio dirigido a satisfacer un requerimiento específico, fijándolo a un precio preestablecido, y que la población está dispuesta a adquirirla, bajo esas condiciones; algunas diferencias se pueden establecer cuando se cuantifica la demanda”¹⁶.

Lo anterior lleva a establecer la diferencia entre lo que puede ser una demanda potencial y la demanda efectiva o real que se requiere para emprender la inversión. La demanda potencial sirve de referencia básica para la medición de la demanda real, por tanto es necesario identificar algunos tipos de demanda en mención al caso, que servirá de referencia para centrar la investigación.

3.3.2 Clasificación de la Demanda

La demanda de un producto tiene origen en las necesidades del hombre, de acuerdo a la temporalidad; a su destino y en la estructura del mercado existente.

En relación a las necesidades que cubren las más importantes son:

- “Demanda de bienes primarios básicos. La sociedad los requiere para su desarrollo y crecimiento, se relacionan con: alimentación, salud, vestido, vivienda, recreación, y otros rubros.

Demanda de bienes no indispensables. Se derivan de una necesidad creada socialmente, por gustos y preferencias que complementan el bienestar fisiológico, y se llaman también de consumo suntuario”¹⁷.

De acuerdo a su destino puede ser:

- “Demanda final. La que se identifica con los bienes o servicios finales.

- Demanda intermedia. La que realizan las empresas que adquieren el bien o servicio en sus procesos productivos.

- Demanda para Exportación. La ejercida por empresas, nacionales o extranjeras, para destinarla al mercado de otros países”¹⁸.

¹⁶ Samuelson, Paul. & Nordhaus William D. “*Macroeconomía*”, McGraw-Hill. ISBN 84-481-0648-2, p. Web.

¹⁷ Mankiw, N Gregory: “*Principios de Economía*”. Mc Graw Hill. ISBN 84-481-1422-1, p. Web., año 2012.

¹⁸ Ibídem Mankiw Gregory: “*Principios de Economía*”.

Y de acuerdo con la estructura del mercado puede ser:

- “Sustitución de importaciones. Cuando el mercado es abastecido por oferta extranjera y se identifica la posibilidad de satisfacerlo con producción interna.
- Demanda insatisfecha o potencial. Cuando la oferta es restricta, la existencia de un mercado insatisfecho es evidente”.¹⁹

Esta tendrá una connotación importante en su respectivo ítem más adelante, al relacionarse mucho con la demanda cíclica o estacional característica de las actividades turísticas.

En relación con su temporalidad puede ser:

- “Demanda Continua. Aquella que se ejerce en forma permanente.
- Demanda Cíclica o Estacional. Que en alguna forma se relaciona con los períodos o épocas estacionales del año, comúnmente depende del clima, actividades sistematizadas anualmente por el que hacer del hombre, y que en buena medida coincide con las jornadas de desplazamientos masivos de las personas”²⁰.

Para el presente caso se identifica con esta última, ya que estará determinada por la cantidad de turistas “residentes y extranjeros” que llegan a la Provincia de Pichincha, vía aérea y terrestre según el registro anual acumulado.

Tabla No. 12: Demanda De Turismo en la Provincia de Pichincha y Perucho

AÑOS	PROVINCIA PICHINCHA	PARROQUIA PERUCHO
2006	353.162	3.894
2007	406.469	4.708
2008	417.662	5.280
2009	444.680	5.854
2010	460.680	6.520
2011	462.088	7.651
2012	540.075	8.848

Fuente: Dirección Nacional de Migración y Jefatura de la Policía de Perucho. Año 2012.

Elaborado por: Cristina Martínez.

¹⁹ Ibídem Mankiw Gregory: “Principios de Economía”.

²⁰ Dornbusch, Rudiger, Fischer. “Macroeconomía”; McGraw Hill. ISBN 84-481-1883-9. P. Web

3.3.3 Proyección de la Demanda en la Parroquia Perucho

Para el cálculo de la proyección potencial de la demanda, se utilizó el método de regresión lineal, el cual “requiere información histórica, es decir, se basa en la perspectiva cuántica del comportamiento en el futuro, con el comportamiento de las variables del pasado”²¹

Método de Regresión Lineal

Para lo cual se utilizará la siguiente fórmula: $\hat{Y} = a + bx$

En donde:

Y: valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable dependiente (X).

a: es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje (Y).

b: es la pendiente de la línea de regresión.

x: es el valor específico de la variable dependiente.

Fórmula:

$$a = (\sum Y) / N$$

$$B = (\sum X * Y) / (\sum X * X)$$

$$\hat{Y} = a + b X$$

²¹ ROSILLO Jorge, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Editorial Cengage Learning, Bogotá-Colombia, 2008, p.62

X	Y1
AÑOS	Miles de Visitantes
2006	3.894
2007	4.708
2008	5.280
2009	5.854
2010	6.520
2011	7.651
2012	8.848

Tabla No. 13: Cálculo de la Demanda de Cabañas Turísticas en Perucho

X	AÑOS	TURISTAS	REGRESIÓN LINEAL	
		Y	x ^2	xy
-3	2006	3.894	9	-11.682
-2	2007	4.708	4	-9.416
-1	2008	5.280	1	-5.280
0	2009	5.854	0	0
1	2010	6.520	1	6.520
2	2011	7.651	4	15.302
3	2012	8.848	9	26.544
TOTALES		42.755	28	21.988

MEDIA (X, Y)	
a =	4.750,56
b =	785,29

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Cristina Martínez

Demanda Proyectada de Turistas en la Parroquia de Perucho

Está determinada por las proyecciones de los futuros visitantes a la parroquia, que en contra partida con la oferta se podrá definir la Demanda Real que la parroquia está en capacidad de recibir en los años venideros.

Tabla No. 14: Demanda Futura de Turistas en la Parroquia de Perucho

AÑOS	Y ESTIMADO	DEMANDA DE SERVICIOS DE CABAÑAS EN PERUCHO
79% Calculado		
2013	8.677	6.855
2014	9.462	7.475
2015	10.248	8.096
2016	11.033	8.716
2017	11.818	9.336
2018	12.603	9.957

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Cristina Martínez.

Tanto la provincia, pero en particular la parroquia tienen una demanda que va en ascenso dentro del período analizado, y como es evidente para el año 2012 cuenta con un incremento moderado, que en todo caso los datos acumulados confirman un comportamiento tendiente a crecer.

Esto se observa a nivel general (p. 20), que termina repercutiendo en casi todas las ciudades del país, especialmente en los últimos y primeros meses; así como julio, agosto, y otros, debido a vacaciones escolares de cada año donde los flujos de visitantes son mayores. Que luego será medida con la oferta para definir cuál es el parámetro de generación de una nueva inversión en la parroquia.

3.3.4 Perfil del Turista Demandante

Las razones de los ingresos al país son diversas, una de las más importantes del Ecuador al igual que el resto de países de Sur América, es que cuentan con una variedad única de climas, fauna y flora, así como de lugares paradisíacos para deportes de alto riesgo, descanso o reposo, diversión, entre otras, que llama la atención creciente de sus visitas, como señala las cantidades registradas en el siguiente cuadro.

Tabla No. 15: Llegada de Turistas a la Provincia de Pichincha

RAZÓN DE VIAJE	AÑOS					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Turismo	245.371	288.805	290.386	309.864	315.654	317.653
Estudios	984	1.065	1.130	1.890	2.004	2060
Negocios	10.005	11.514	12.814	11.861	12.112	12.230
Eventos	12.300	13.098	15.089	22.386	27.946	28.638
Residencia	20.174	24.508	29.880	27.485	28.391	33.654
Otros	64.328	67.479	68.363	71.194	74.573	80.602
TOTAL	353.162	406.469	417.662	444.680	460.680	474.889

Fuente: Dirección Nacional de Migración. Año 2011.

Elaborado por: Cristina Martínez.

Adicionalmente para cuantificar el perfil del demandante es preciso llevar a cabo la encuesta respectiva.

Prueba Piloto

“Es un instrumento de medición que sirve para obtener información destinada a medir el comportamiento de las personas respecto a un bien o servicio que se pretenda introducir en el mercado, sobre la base de una población objetivo de la investigación.

Al realizarlos correctamente ésta ayudara a comprender mejor el panorama sobre el cual se pretende obtener un beneficio económico a través de la cobertura de una necesidad.

Los resultados de calcular darán confiabilidad y validez del instrumento de medición, la prueba piloto se ejecutó a una pequeña muestra, sobre la base de 80 visitantes en un día normal con flujo corriente de visitantes a la parroquia.”²²

La prueba piloto o ensayo, se aplicó a 80 encuestados con el fin de determinar, qué nivel de aceptación o rechazo tendrá la implementación de las cabañas turísticas.

Para el cálculo de “p y q”, que son la probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia respectivamente, se determinó que la pregunta más importante de la encuesta piloto ayudará al cálculo.

1. ¿Está usted de acuerdo con la Creación de Cabañas Turísticas en la parroquia de Perucho perteneciente a la provincia de Pichincha?

SI.....

NO.....

²² <http://manzat.university.edu/didáctica/medicionderesultados.doc>

Resultados Obtenidos:

De la prueba piloto realizada a turistas 40 nacionales y 40 extranjeros en la ciudad en mención se obtuvieron los siguientes resultados:

Si = 68 encuestados

No = 8 encuestados

Sin apego a ninguna opción = 4 encuestado.

La probabilidad de aceptación $p = 85\%$ para la Creación de Cabañas Turísticas en la parroquia de Perucho, mientras que la de rechazo $q = 10\%$, y un 5% de personas que no asumen una posición.

3.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA

“El tamaño de la muestra juega un papel importante al determinar la probabilidad del error así como también la precisión de la estimación. El método escogido para el estudio es Estadístico Probabilístico”.²³

Para determinar el número de personas que serán encuestadas se trabajará con un nivel de confianza del 95%, lo cual proporciona en la tabla z un valor de 1,96 y un margen de error que será del 5%; para el tamaño de la muestra.

Tabla No. 16: Selección de la Muestra

n = Tamaño de la muestra	129
Z = Nivel de Confianza (95%)	1,96
N = Tamaño de la Población Demandante año 2012”	8.848
p = Proporción de éxitos en los resultados	85%
q = proporción de no éxitos en los resultados.	10%
e = Margen de Error (5%)	5%

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Cristina Martínez

²³ LEVIT, “Estadística Aplicada a la Administración”. Edit. Plaga, México D.C., p 34.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.85) (0.10) (8.848)}{(0.05)^2 (8.848 - 1) + (1.96)^2 (0.85) (0.10)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.085) (8.848)}{(0.0025) (8.847) + (3.8416) (0.085)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (752.08)}{22.1175 + 0.326536}$$

$$n = \frac{2.889,190}{22,444}$$

$$n = 128,72 = 129$$

El tamaño de la muestra es de **129 encuestas**.

Para el objetivo perseguido se planteó 14 preguntas, con el objetivo de obtener los datos e información que nos permita analizar hasta llegar a conclusiones acertadas, especialmente información que nos lleve a concluir si técnicamente es viable o no el proyecto, esto desde el punto de vista del estudio de la oferta y la demanda.

3.4.1 Procesamiento de la Información

La información obtenida de fuentes primarias será analizada, codificada y procesada estadísticamente con el fin de obtener información precisa que permitan tomar decisiones.

1.- Información Personal: Indique por favor su edad, género, y procedencia.

Edad y Género del encuestado:

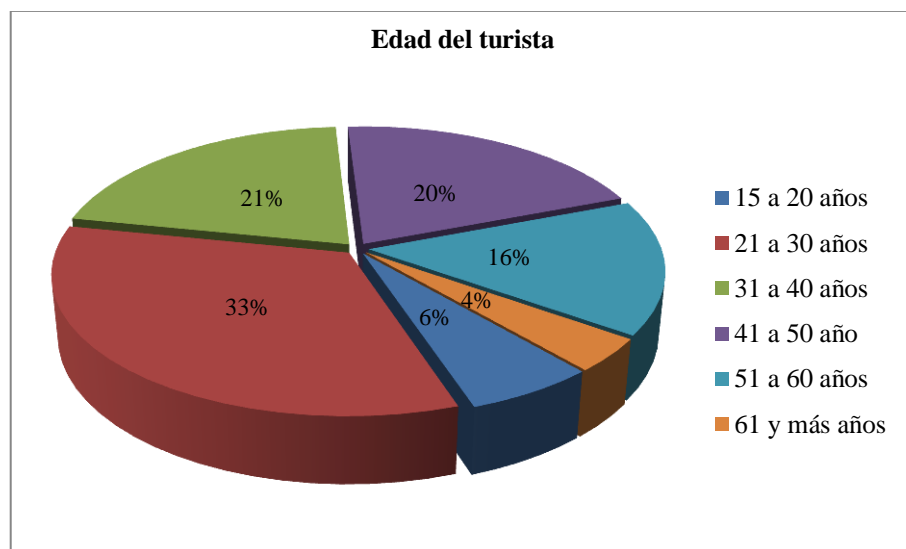
Cuadro No. 1

Escala	Frecuencia	Porcentaje
15 a 20 años	8	6%
21 a 30 años	43	33%
31 a 40 años	27	21%
41 a 50 años	26	20%
51 a 60 años	20	16%
61 y más años	5	4%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 1



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En referencia a las edades de los turistas en este tipo de atracción, tiene su mayor acogida en personas que van de los 21 a 30 años, luego se ubican las personas entre los 31 a 40 y seguidamente las que están entre los 40 a 50 de edad, con los porcentajes 33%, 21% y 20%, seguido en importancia por las personas de las edades 51 a 60 años de edad, y las de menor acogida son los jóvenes de 15 a 20 años, con el 6% seguido por las personas mayores de 61 años y más con 5%. Estos datos pueden servir para preparar actividades propias para estas edades, así como la decoración del lugar, entre otras cosas.

Respecto al género que más gusta de estas actividades tenemos.

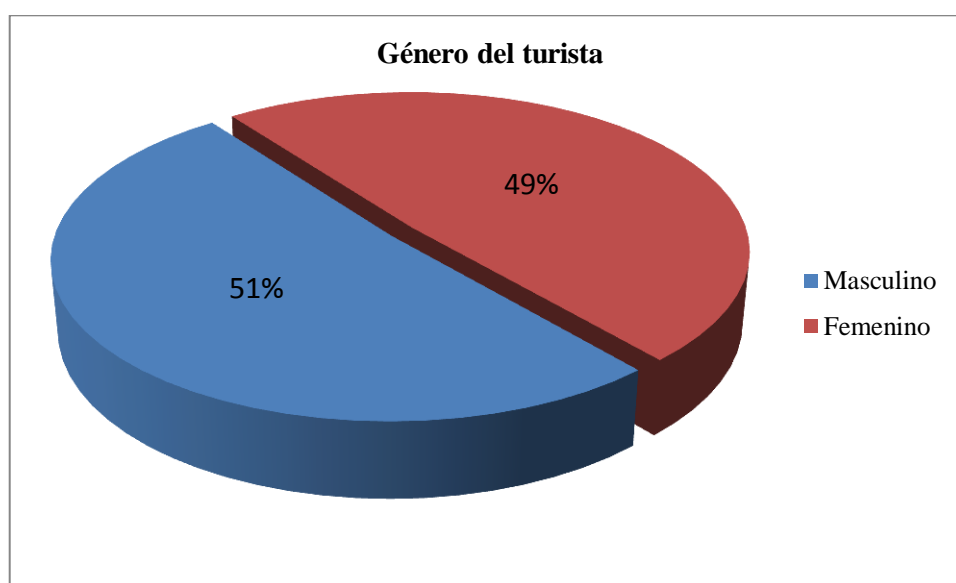
Cuadro No. 2

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	66	51%
Femenino	63	49%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 2



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El género masculino es el que más se siente atraído por este tipo de distracciones alejadas de la ciudad y al aire libre, con el 51% pero es casi imperceptible ya que las mujeres tienen casi el mismo gusto, con el 49%.

2.- ¿Indique el medio por el cual ha viajado a la Provincia de Pichincha?

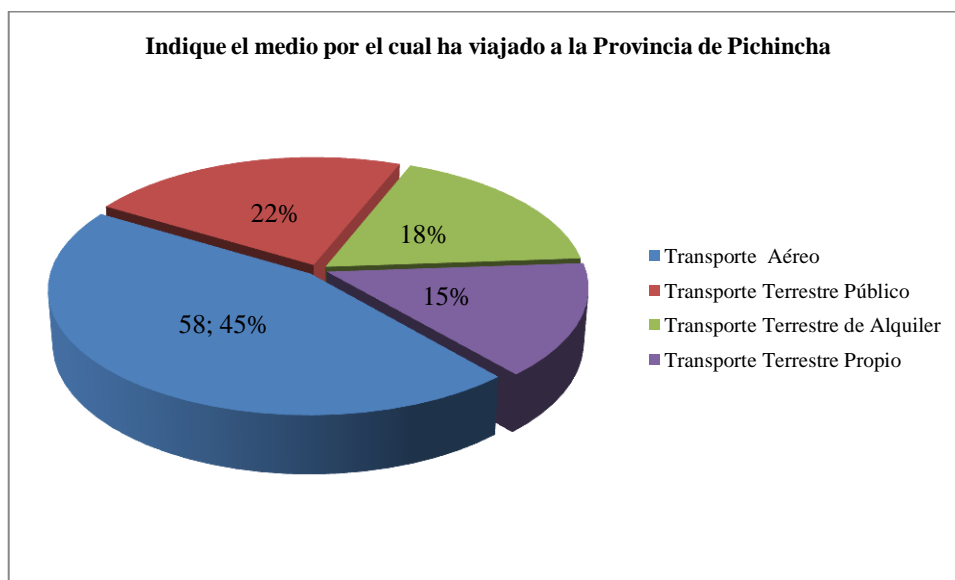
Cuadro No. 3

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Transporte Aéreo	58	45%
Transporte Terrestre Público	29	22%
Transporte Terrestre de Alquiler	23	18%
Transporte Terrestre Propio	19	15%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 3



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 45% de personas llega a Pichincha usando medios aéreos, luego usa el transporte terrestre público con el 22%, seguido del transporte de alquiler con el 18%, luego usan transporte de su propiedad con el 15%. Este dato podría servir para sugerir a las autoridades locales mejorar la calidad de las vías, que incluya señalética horizontal y vertical, puntos de referencia, una buena capa de rodadura, como asfalto.

3.- Califique el servicio terrestre:

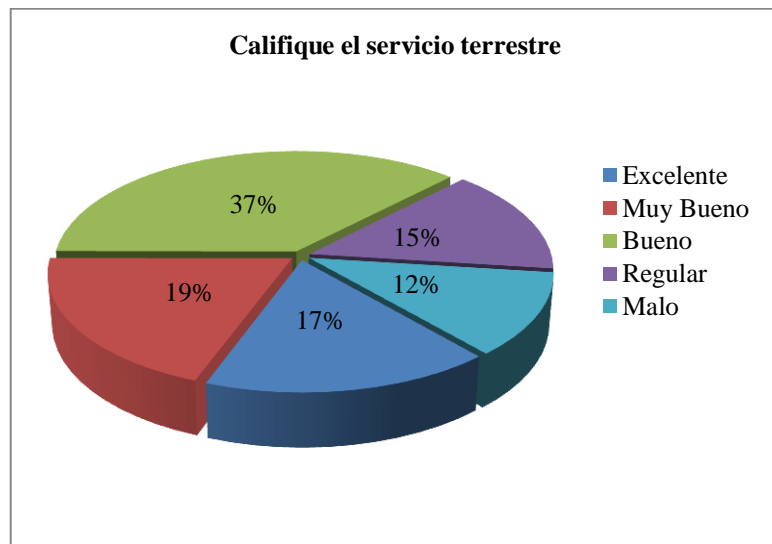
Cuadro No. 4

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	22	17%
Muy Bueno	25	19%
Bueno	48	37%
Regular	19	15%
Malo	15	12%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 4



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El servicio de transporte terrestre, es catalogado como excelente solo por el 17% de los turistas, el 19% lo califica como muy bueno, y solamente como bueno el 37%, como regular lo califica el 15% del universo. Ello implica que los servicios de transportación brindados por la provincia deben ser mejorados, en especial los que prestan las empresas cantonales y parroquiales.

4.- ¿Visitaría usted la Parroquia de Perucho, donde puede realizar caminata, natación, acampar en la montaña, ciclismo, descanso y relajamiento?

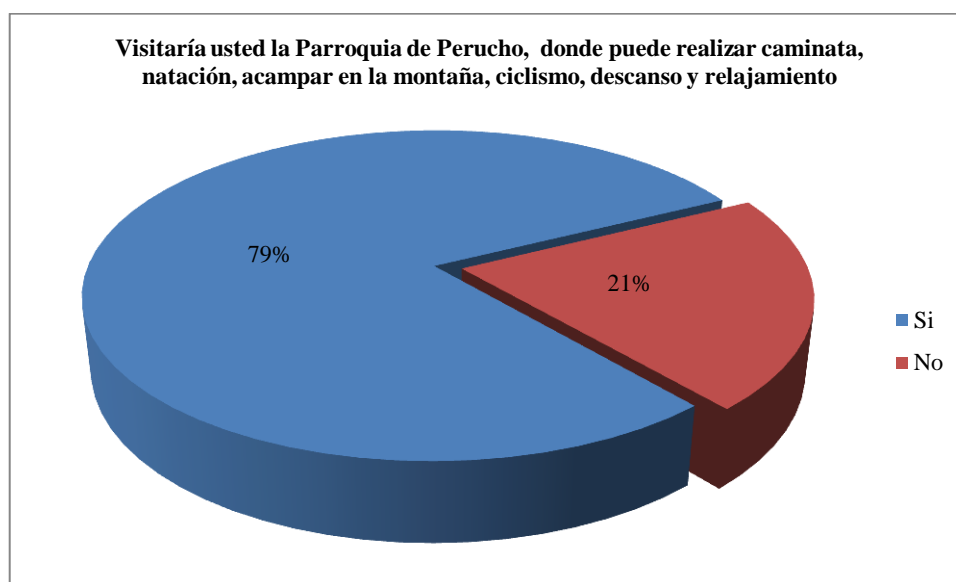
Cuadro No. 5

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	102	79%
No	27	21%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 5



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En lo referente al tipo de servicio emprendido por el presente trabajo, existe un 79% de los turistas que les gustaría emprender en este tipo de distracción, la diferencia representa un 21% que puede atender a varios motivos ajenos a nuestro propósito. La primera respuesta afirma la existencia de un mercado real a ser cubierto, que dependerá de algunos “servicios” susceptibles de brindarse, como la calidad en la atención, las opciones de alimentación, como de otras adicionales, que se explicará en el tipo de servicios ofrecidos por la empresa.

Con ello se puede establecer la Demanda Real con necesidad de alojamiento, que existe respecto al servicio que se desea implementar en la parroquia.

5.- ¿Qué precio paga usted de una noche, solo por el servicio de hospedaje?

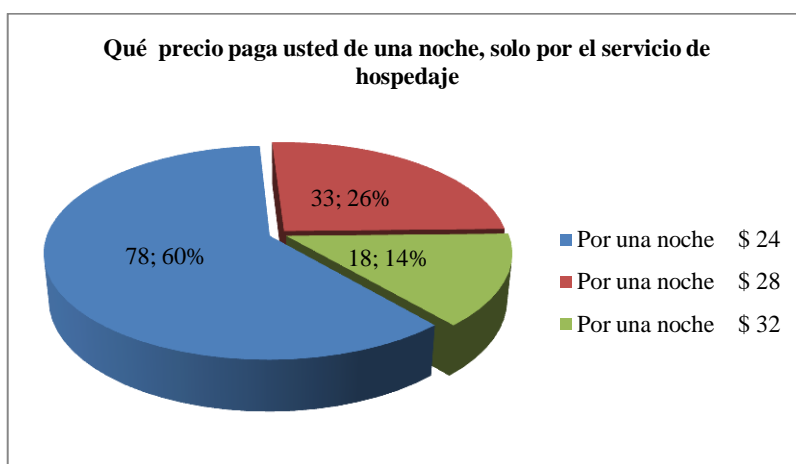
Cuadro No. 6

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Por una noche \$ 24	78	60%
Por una noche \$ 28	33	26%
Por una noche \$ 32	18	14%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 6



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 60% de encuestados pagan \$ 24 dólares por hospedaje de una noche, el 26% paga \$ 28 dólares, y un 14% pagan \$ 32 dólares, datos que servirán de referencia para establecer costos y gastos de producción, respecto a ingresos, y luego establecer, el precios de venta del servicio.

6.- ¿En qué temporada visitaría la Parroquia de Perucho?

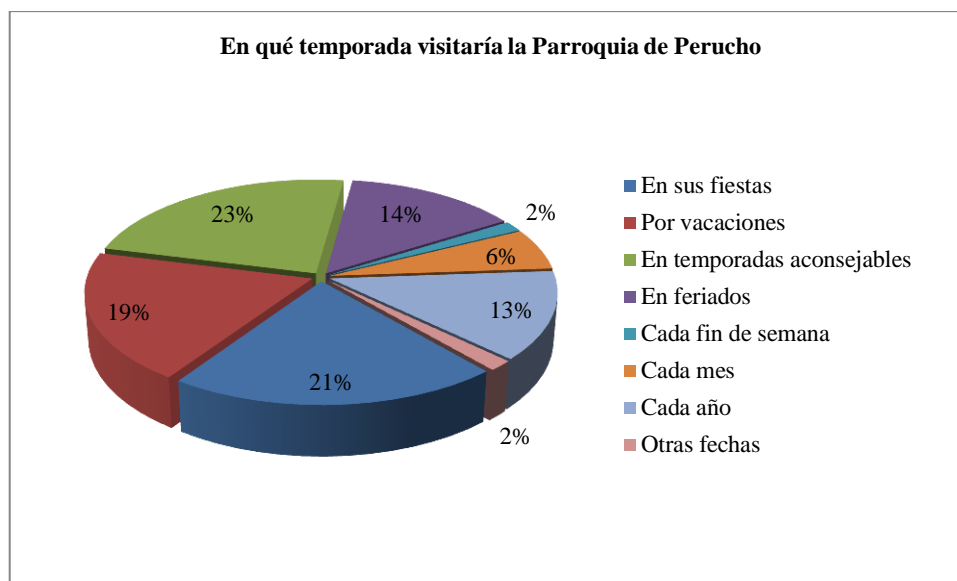
Cuadro No. 7

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En sus fiestas	27	21%
Por vacaciones	25	19%
En temporadas aconsejables	30	23%
En feriados	18	14%
Cada fin de semana	2	2%
Cada mes	8	6%
Cada año	17	13%
Otras fechas	2	2%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 7



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Otro dato importante para planificar mejor la llegada de los turistas, será las fechas o eventos de llegada, cosa que permitirá diagramar un flujo estimado de clientes, entre otras cosas.

El primer lugar se ubica las fiestas religiosas culturales con el 21%, luego las vacaciones con el 19%, en tercer lugar las temporadas aconsejables con el 23%, luego los feriados con el 14%, cada

fin de semana el 2%, cada mes el 6%, cada año el 13%, y la última igual que cada fin de semana está las fechas que ellos podría con el 2%.

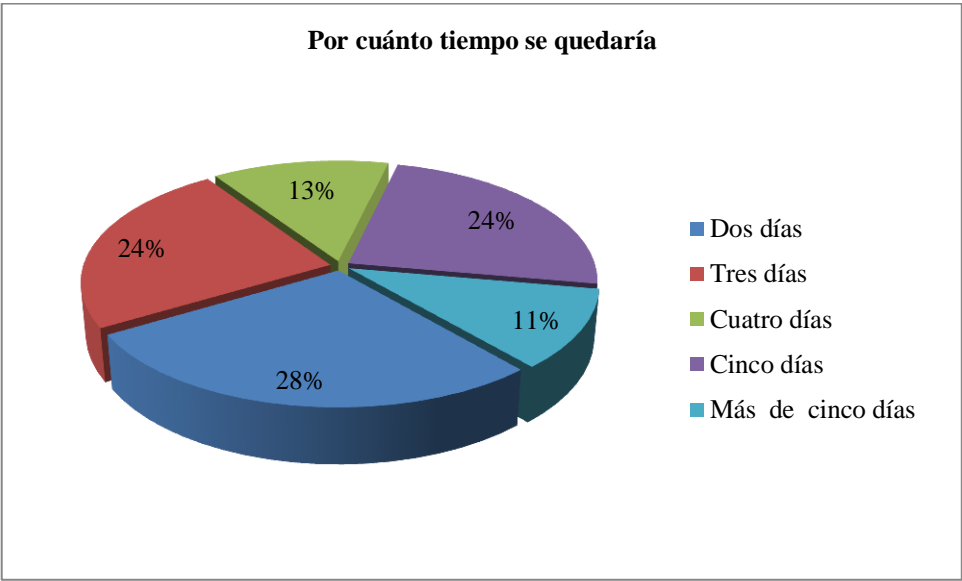
7.- ¿Por cuánto tiempo se quedaría?

Cuadro No. 8

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Dos días	36	28%
Tres días	31	24%
Cuatro días	17	13%
Cinco días	31	24%
Más de cinco días	14	11%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 8



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En lo que respecta a la estacionalidad del cliente, el 28% de ellos escogen que pasarían dos noches y dos días; seguido del 24% que se quedarían por tres noches y tres días, luego le sigue cuatro días

con el 13% como período adecuado para ellos, luego está el 24% con cinco días y el 11% especialmente en el caso de los turistas extranjeros.

Nota.- Con el fin de dar mejor continuidad y coherencia al análisis e interpretación de la encuesta se cambia un poco la estructura del orden planteado al inicio.

3.4.2 Tamaño de los Grupos Visitantes

Con esta pregunta se podrá estimar como referente el tamaño de los grupos que estarían dispuestos a visitar la parroquia de Perucho. Ello dará luz para adecuar el recibimiento de los turistas a las cabañas con mayor eficacia, de paso se considerará el tipo de grupos que visita el lugar.

8.- ¿Usted visitaría la parroquia de Perucho con?

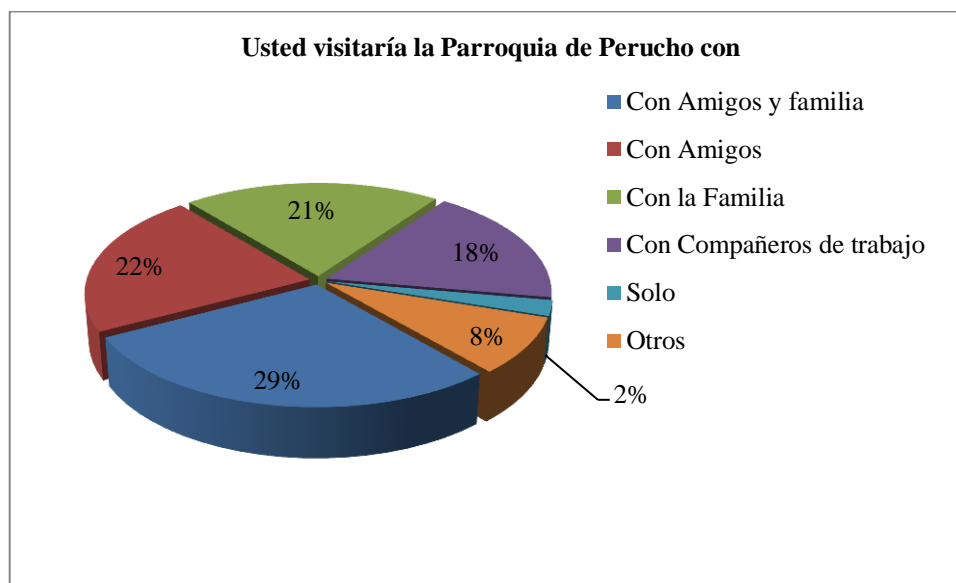
Cuadro No. 9

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Con Amigos y familia	37	29%
Con Amigos	28	22%
Con la Familia	27	20%
Con Compañeros de trabajo	23	18%
Solo	3	2%
Otros	11	9%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 9



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Distribuyéndose así: un 29% iría con amigos y familia, otro 22% iría solo con amigos, luego un 20% lo visitaría con su familia, seguido de un 18% de encuestados que irían con compañeros de trabajo, solos un 2%, y de otras formas estaría un 9%.

3.4.3 Preferencias por Tipo de Atractivo y Actividades del Turista

En cambio dentro de los eventos y actividades preferidas por los visitantes tenemos; en primer lugar las de convivencia con el 31%; luego esta las de relajamiento y distracción con el 21%; en tercer lugar está las de distracción y esparcimiento propias del lugar, etc.; en fiestas con un 18%; luego le sigue una combinación de varias opciones de ellas con el 16%; en quinto lugar está las de visitas a centros arqueológicos, fabricas artesanales, etc., con el 9%; con un 4% le sigue las de conocimiento e intercambio cultural, y por último con un 2% los deportes extremos que habría lugar, aprovechando su amplia geografía irregular y también sus planicies.

9.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en las Cabañas y en la parroquia?

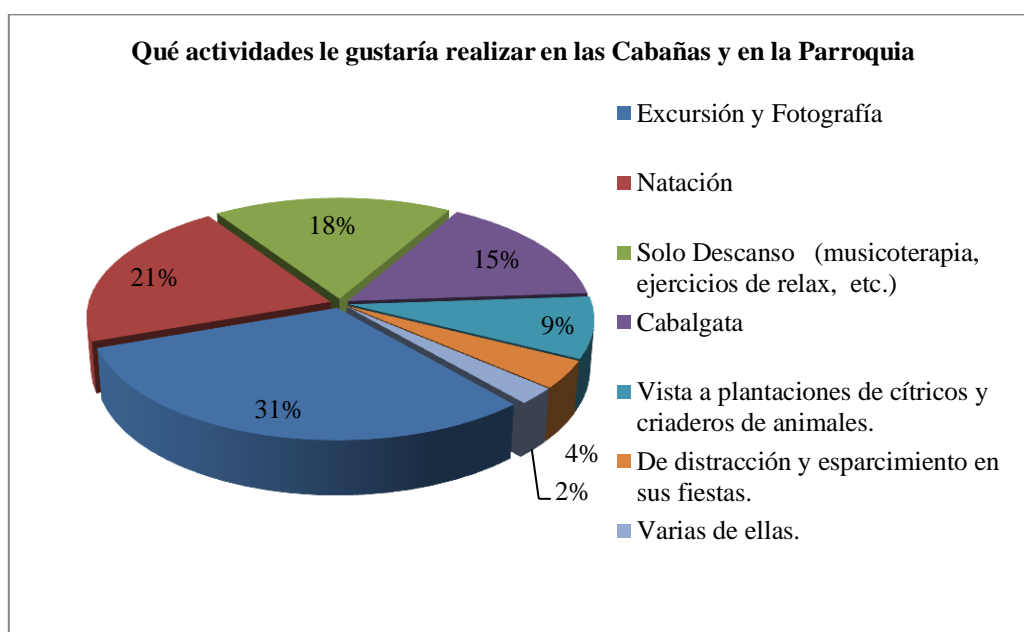
Cuadro No. 10

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Excursión y Fotografía	40	31%
Natación	27	21%
Solo Descanso (musicoterapia, ejercicios de relax, etc.)	23	18%
Cabalgata	20	15%
Vista a plantaciones de cítricos y criaderos de animales.	11	9%
De distracción y esparcimiento en sus fiestas.	5	4%
Varias de ellas.	3	2%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 10



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las actividades preferidas por los visitantes son las siguientes; la 1era excursión y fotografía con el 31%, luego la 2da natación con el 21%, en 3er puesto esta con el 18% las actividades de descanso, en 4to lugar están cabalgatas a caballo con el 15%, seguido en 5to lugar con las visitas a huertos y criaderos de animales menores y mayores con el 9%, en 6to lugar están las actividades de

distracción y esparcimiento en sus diversas fiestas culturales religiosas, y por último en 7mo lugar la alternativa de escoger algunas de ellas.

3.4.3.1 Ingresos del Turista

A través de esta pregunta se pretende saber el nivel de ingresos económicos del turista, con el afán de direccionar mejor el tipo de servicios, y saber a qué estrato/s social/es va dirigido, “dato importante” que ayudará a definir el precio del servicio y su cobertura sin que este afecte demasiado a la calidad del mismo, ni a la economía del cliente.

10.- Su nivel de ingresos se ubica:

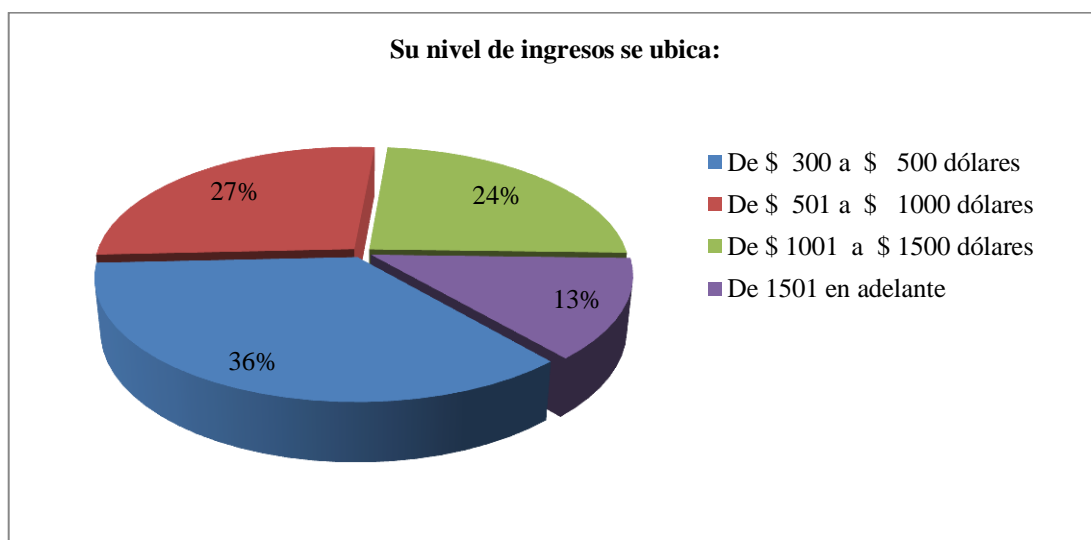
Cuadro No. 11

Escala	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 300 a \$ 500 dólares	46	36%
De \$ 501 a \$ 1000 dólares	35	27%
De \$ 1001 a \$ 1500 dólares	31	24%
De 1501 en adelante	17	13%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 11



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTREPRETACIÓN

En primer lugar se encuentran las personas que ganan un aproximado a la canasta básica familiar (el salario mínimo vital de una persona) del Ecuador con un 36% del tamaño de la muestra, luego están los que gana entre \$ 500 a \$ 1.000 dólares con un 27%; en tercero se ubican los que ganan de \$ 1001 a \$ 1500 dólares con el 24%; y cuarto están los que pasan de aquello con el 13%. Esta pregunta es clave porque a través de ello se puede dimensionar mejor el servicio, como se dijo anteriormente, en referencia a egresos contra ingresos estimados, precios de la competencia, etc.

Dando también buenas perspectivas para la implementación del negocio dentro del estrato social bajo, medio, y medio alto, especialmente gracias a las tres primeras respuestas, que suman el 81%.

3.4.3.2 Ingresos que el Turista está en Capacidad de Pagar

Referente a los precios por el servicio por un día y una noche de hospedaje, también se dispone de buenas referencias recogidas directamente de la confirmación de los turistas, que serán de buena ayuda para comparar con la competencia y, fijar precio del servicio.

11.- ¿Cuánto usualmente paga usted por un día de visita a cabañas en una parroquia dentro de la provincia, donde incluya: hospedaje, alimentación, guía para su movilización, uso de piscina, etc. (Una noche y un día por persona)?

El cuadro siguiente detalla el análisis.

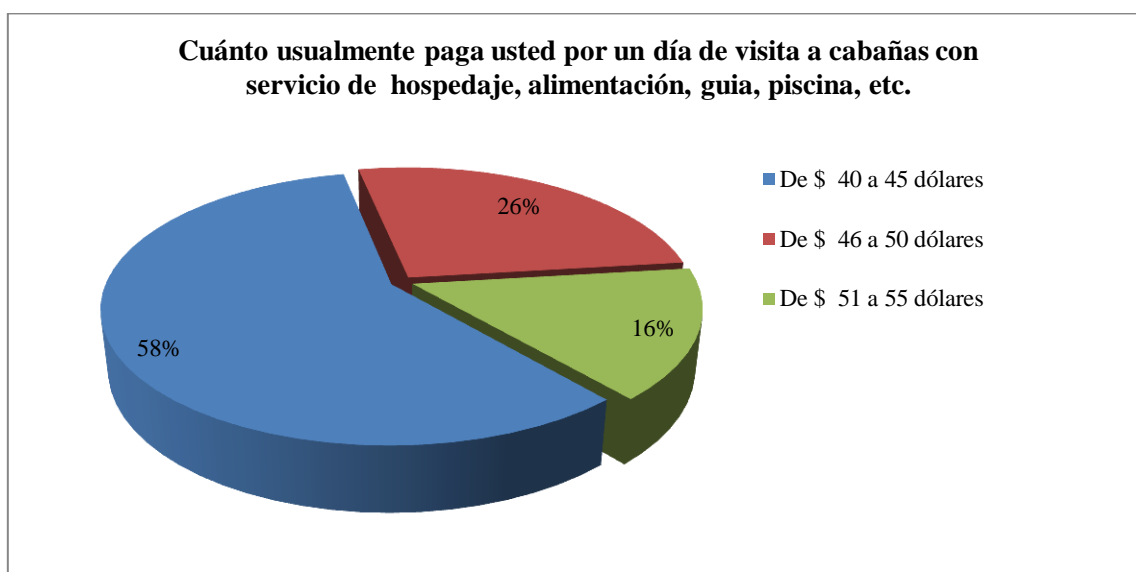
Cuadro No. 12

Escala	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 40 a 45 dólares	75	58%
De \$ 46 a 50 dólares	34	26%
De \$ 51 a 55 dólares	20	16%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 12



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Dentro del primer grupo de personas que pagan entre \$ 40 a \$ 45 dólares estaría un 58% de la cartera de clientes, luego en la segunda opción con valores de \$ 46 a \$ 50 dólares contamos con un 26% de personas que pagan ese valor, y en tercer lugar de \$ 51 a \$ 55 dólares corresponde a un 16% de visitantes. Pues la idea es posicionarnos dentro del mercado de ingresos económicos bajos y medios en especial. Creando así la experiencia de contar con un mercado permanente y seguro, descontando cualquier apremio no esperado.

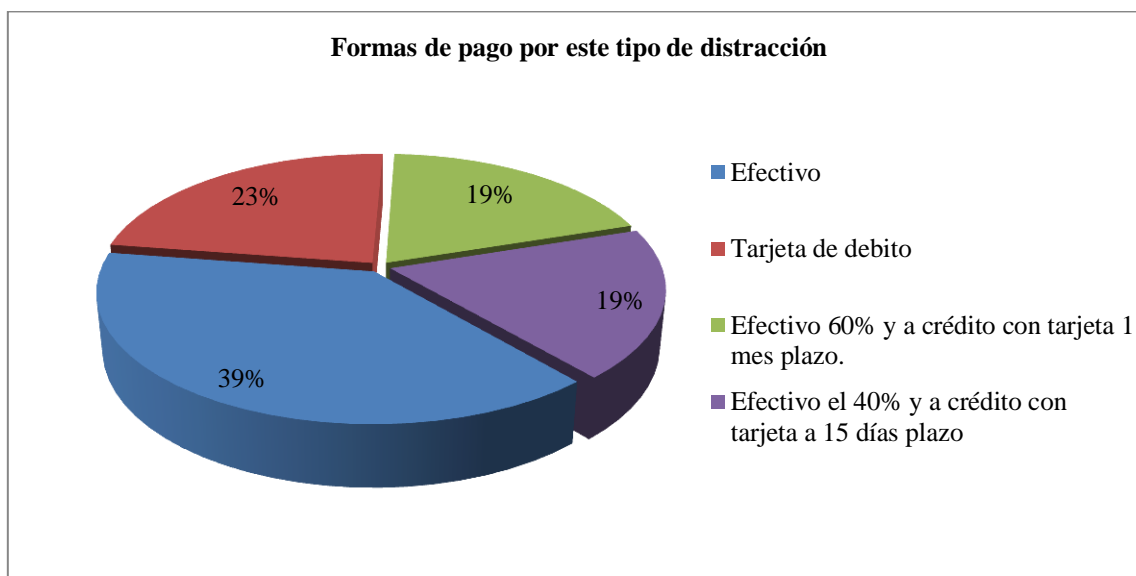
12.- ¿A qué forma de pago se sujetaría Ud. en éste tipo de distracción?

Cuadro No. 13

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	50	39%
Tarjeta de debito	30	23%
Efectivo 60% y a crédito con tarjeta 1 mes plazo.	25	19%
Efectivo el 40% y a crédito con tarjeta a 15 días plazo	24	19%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 13



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Respecto a cómo recuperar la rotación del dinero en el negocio, se cuenta con resultados buenos. En efectivo se cobraría el 39% en la prestación del servicio, sumada las opciones tres y cuatro que se cobra el 60% y 40% en efectivo; las diferencias a crédito máximo se cobrarían a un mes plazo. Opción que promueve a crear estrategias para salvo guardar cualquier iliquidez en algún momento inesperado.

Para ello gerencia debe asegurarse de llevar un estricto control, del flujo de la cuenta caja-bancos, así como de un control de las permanentes erogaciones para cubrir, insumos y demás egresos que fomenta la marcha del negocio.

13.- ¿A través de qué medio le sería más cómodo saber de “Nosotros y Nuestro Servicio” (puede escoger más de una, máximo dos)?.

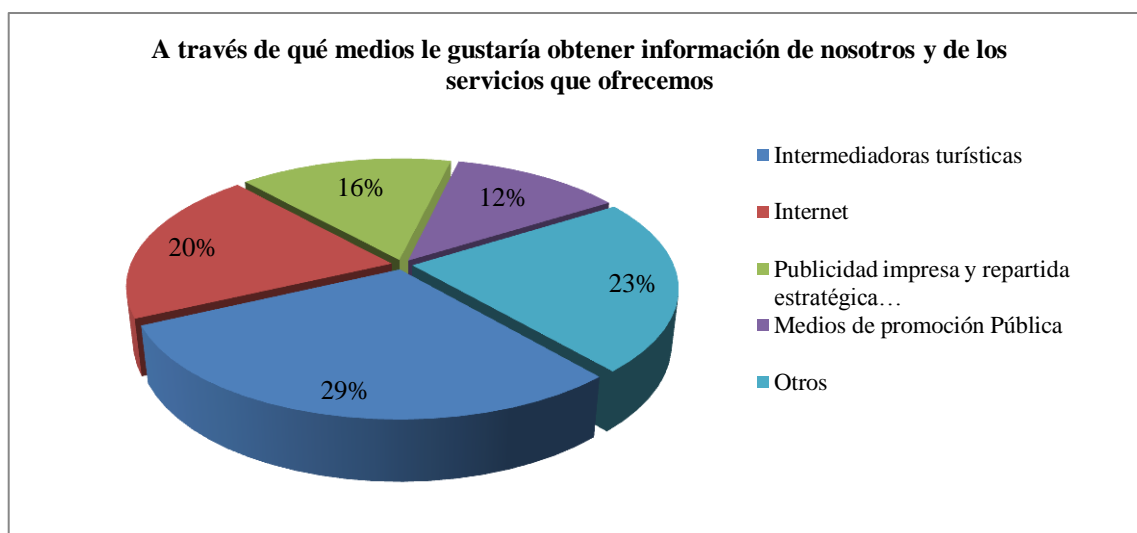
Cuadro No. 14

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Intermediadoras turísticas	38	29%
Internet	26	20%
Publicidad impresa y repartida estratégica...	20	16%
Medios de promoción Pública	16	12%
Otros	29	22%
TOTAL	129%	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 14



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Entre ellos los más recomendados y usuales tenemos, intermediadoras turísticas un 29%, ya que algunos turistas extranjeros cuentan con empresas de confianza; por las propias páginas web de la empresa un 20% que hoy en día consultan muchas personas para saber a dónde ir en sus vacaciones; en tercer lugar y con un 16% se encuentra los medios impresos y repartidos en lugares estratégicos en las fechas adecuadas; los que usan la publicidad pública son apenas el 12% para decidir su movilización, y “Otros” medios usuales cuenta con un 22% de respuestas.

Ello ayudará mucho a coordinar y escoger las estrategias de promoción y venta del servicio.

14.- ¿Por qué medio le gustaría recibir el servicio post venta?

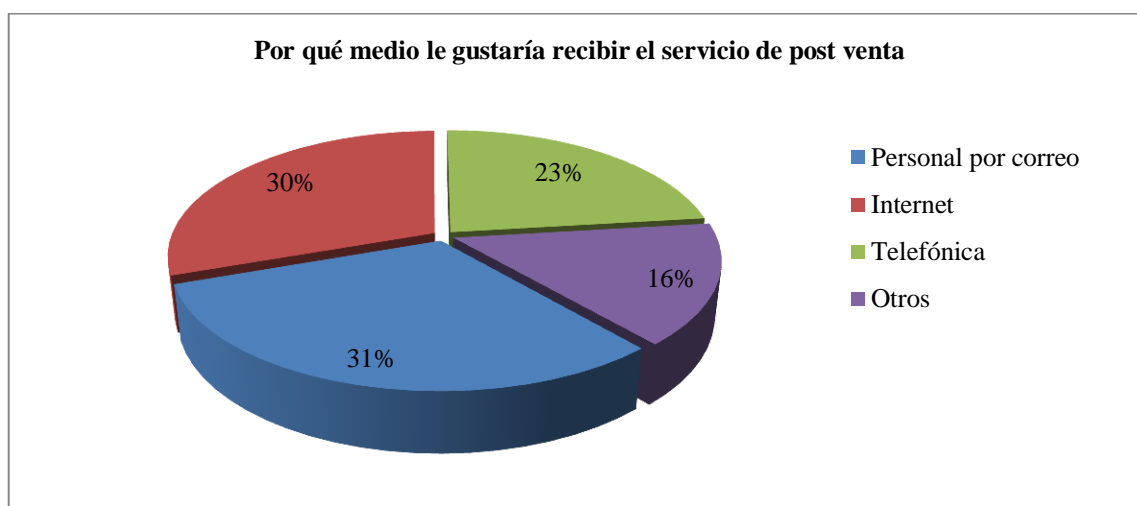
Cuadro No. 15

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Personal por correo	40	31%
Internet	39	30%
Telefónica	30	23%
Otros	20	16%
TOTAL	129	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

Gráfico No. 15



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Martínez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los medios más usuales para hacerle saber de los cobros por hospedaje a los turistas, según la encuesta son los avisos por correo con un 31% de personas que lo usan, luego está el internet con el 30% de personas, seguido en tercer lugar por las personas que prefieren enterarse vía telefónica con un 23%, y en cuarto lugar están “Otros medios” con el 16%.

De acuerdo a esta información se diseñará una política de recuperación de cartera, en forma adecuada, que dé facilidades a la mayor parte de clientes pero que tampoco perturbe la renta del negocio, y a la vez esté a la par o mejor, a las facilidades que le ofrezca la competencia.

3.5 LA OFERTA DEL SERVICIO

Se entiende por oferta:

Oferta.- “Es la cantidad de bienes o servicios que se está dispuesto a ofrecer o vender a distintos precios en un momento determinado dentro de un área geográfica”²⁴

“El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio”²⁵

3.5.1 Comportamiento de la Oferta

Para el caso de la parroquia no es muy difícil estudiar su caso, ya que cuenta con un solo establecimiento parecido a la presente propuesta del cual se tiene referencia para analizar su comportamiento y, la probabilidad de sumar uno más a tal ciudad.

Hay otros sitios muy pequeños que brindan el servicio solamente de hospedaje, en ciertas fechas importantes del año aprovechando el flujo de turistas, pero ninguno está formalmente creado (con todas las normas que la ley estipula) ni tampoco lo hacen como una actividad rutinaria todo el año, las razones por falta de conocimiento para saber cómo administrarlo, de acceso a crédito o de capital para llevar a cabo un manejo adecuado del negocio de forma permanente y que les asegure una rentabilidad, a decir de ellos se instala un negocio de cabañas turísticas acompañadas de conocimientos para administrarlo, hay condiciones favorables para tener ganancias.

Mayor razón para fomentar la creación de cabañas en la parroquia, con el fin de organizar su buen manejo en la parroquia, y brindar un servicio de calidad, permanente y con garantías.

La competencia dentro de la parroquia donde se evalúa la demanda, establece la presencia de un negocio con el nombre de Cabañas “Tradiciones de mi Tierra”, la misma que presenta los tres servicios siguientes.

²⁴ HERNÁNDEZ Abraham, “Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión”, Editorial Thompson, 4ta Edición, México, 2002, p.52

²⁵ B BACA, URBINA, Gabriel, “Evaluación de Proyectos, Análisis y Administración del Riesgo”, Editorial Mc Graw Hill, 2da Edición, México DF-México, 1994, p.49

Servicios de Tradiciones de mi Tierra.

- Hospedaje
- Alimentación
- Uso de piscinas

En todo caso si son similares a los ofrecidos por el presente proyecto, la diferencia radica en que adicionalmente se ofrecerá el servicio de visitas a granjas integrales (donde podrán observar (y comprar) las plantaciones de cítricos, igualmente podrán observar la cría de animales menores y mayores; todo con la ayuda de un guía, así como para excursiones a bosques y cascadas, etc., terapias de relax con música adecuada, y una sala de ejercicios de meditación y relajamiento.

Oferta de: **Tradiciones de mi Tierra.**

Tabla No. 17: Demanda Parroquial

AÑOS	SERVICIOS (HOSPEDAJE, PISCINA, ALIMENTACIÓN)		
	NÚMERO DE PLAZAS. CAMAS	COBERTURA ANUAL DEL	TASA DE CRECIMIENTO
2006	10	870	
2007	10	985	
2008	12	1.120	
2009	16	1.380	23%
2010	20	1.660	20%
2011	22	2.024	22%
2012	26	2.600	28%
En el período suma una tasa de crecimiento acumulada del 23 %.			

* Dato estimado a fin del año, 2012.

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez.

En el siguiente ítem se estimará la demanda insatisfecha del servicio en particular que tiene la parroquia, sobre el cual se fundamentará el resto de la evaluación para confirmar la viabilidad técnica que el “Mercado” ofrece o no de llevar a cabo el proyecto.

3.5.2 Demanda Insatisfecha

“Se le llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto adicional podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”²⁶.

El cálculo de la demanda potencial insatisfecha, parte de considerar el graficado de la oferta y la demanda con sus respectivas proyecciones en el tiempo, la demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año del balance oferta –demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro.

En este caso el resultado es el siguiente, y confirma una demanda insatisfecha que se podrá explotar dependiendo de entre otros factores, los económicos.

Una vez establecida la demanda insatisfecha se puede percibir en el siguiente cuadro que hay la posibilidad de proveer otro servicio adicional en las cabañas turísticas, ya que se cuenta con un número suficiente de personas para cubrir las expectativas esperadas, así como para hacer una evolución a nivel económica-financiera para culminar con el estudio y medir si verdaderamente justifica el riesgo de la inversión, y si es económicamente rentable.

²⁶[Http://www.buenostrabajos.com/ensayos/Demandaci%C3%B3n-De-La-Demanda-Potencial-Insatisfecha/3417598.html](http://www.buenostrabajos.com/ensayos/Demandaci%C3%B3n-De-La-Demanda-Potencial-Insatisfecha/3417598.html). (2012,12)

Tabla No. 18: Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA MILES DE VISITANTES	DEMANDA DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE 79%.	OFERTA “TRADICIONES DE MI TIERRA” (-)	DEMANDA INSATISFECHA
2006	3.894		870	
2007	4.708		985	
2008	5.280		1.120	
2009	5.854		1.380	
2010	6.520		1.660	
2011	7.651		2.024	
2012	8.848		2.600	
2013	8.677	6.855	2.576	4.279
2014	9.462	7.475	2.855	4.620
2015	10.248	8.096	3.134	4.962
2016	11.033	8.716	3.413	5.303
2017	11.818	9.336	3.692	5.644
2018	12.603	9.957	3.971	5.986

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez.

3.6 PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING

Según el criterio de textos especializados mantienen que:

“Todo buen **plan de marketing** lleva consigo una labor de investigación en profundidad sobre diversos datos que permiten sopesar la viabilidad del proyecto. Como principio fundamental hay que saber todo lo posible acerca de nuestros competidores así como de nuestro mercado”²⁷.

Para empezar, se pueden visitar las páginas web de la competencia para hacerse una idea de sus formas de comercialización, sistemas de pago utilizados, los diseños más acertados, el catálogo de productos que ofrecen... y tomar nota de sus aciertos, lo que parece funcionar y lo que no. Por otra parte, es imprescindible leer informes estadísticos que están publicados en páginas web como por ejemplo cyberatlas.com (en inglés).

²⁷ <http://www.forobuscadores.com/marketing-internet-articulo.php>, p. 10, año 2011

Hay que hacerse un listado de direcciones dedicadas a información empresarial y de finanzas y consultarlas frecuentemente, así como a las revistas especializadas. Este listado puede confeccionarse utilizando las poderosas herramientas <on line> como los motores de búsqueda o sencillos portales con enlaces de interés.

“El plan de marketing es uno de los principales activos en la obtención de los resultados. Pero además, aporta a la compañía que opera, bajo una óptica de marketing, una visión actual y de futuro que le servirá para marcar sus directrices con el mínimo error y las máximas garantías. A continuación indicamos las principales utilidades:

- En todo momento operamos con la vista puesta sobre un mapa en el que se nos refleja la situación actual.
- Es útil para el control de la gestión.
- Vincula a los diferentes equipos de trabajos incorporados a la consecución de los objetivos.
- Permite obtener y administrar eficientemente los recursos para la realización del plan.
- Estimula la reflexión y el mejor empleo de los recursos.
- Nos informa correctamente de nuestro posicionamiento y de la competencia.
- El futuro deja de ser un interrogante de grandes dimensiones y grave riesgo.
- Se pueden controlar y evaluar los resultados y actividades en función de los objetivos marcados.
- Facilita el avance progresivo hacia la consecución de los objetivos...”²⁸

En cuanto al número de etapas en su realización, no existe unanimidad entre los diferentes autores, pero en el cuadro adjunto se incluyen las más importantes.

“1.- Resumen ejecutivo

2.- Análisis de la situación.

3.- Determinación de objetivos

a.- Características de los objetivos.

b.- Elaboración y selección de estrategias

4.- Plan de acción

5.- Establecimiento de presupuesto”²⁹.

²⁸ <http://www.forobuscadores.com/marketing-internet-articulo.php>, p. 12, año 2011.

²⁹ <http://www.marketing-xxi.com/capitulo-10-el-plan-de-marketing-en-la-empresa.html>, p. 12 – 50. Año 2011.

3.6.1 Producto o Servicio

Su función primordial es la satisfacción del cliente (actual y potencial) mediante los cuales pretende diseñar y ofrecer un producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas. El marketing mix son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos. Estas herramientas son conocidas también como las “**Cuatro P**” (plaza, precio, producto y promoción) del profesor Eugene Jerome McCarthy.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo, al servicio de turístico fuera de la ciudad lo considera como;

Turismo Comunitario.- *“Es el viaje responsable a zonas naturales que conserva el ambiente y sustenta el bienestar de la población local.”*³⁰

Desde ésta perspectiva, el servicio que ofrecerá “**GRUPO MARTÍNEZ Cía. Ltda.**”, es la distracción dentro del turismo comunitario, motivada por la vinculación de los turistas con la comunidad con el afán de aprender un poco más de las tradiciones culturales, leyendas, gastronomía, el trabajo comunitario en pequeños huertos integrales y lo mismo la crianza de animales menores y mayores, el uso de las plantas medicinales, ornamentales, etc., el hábitat de las aves y animales, la fotografía y convivencia directamente con la naturaleza, montañas, bosques, cascada, flora y fauna, así como de descanso y relajamiento en las cabañas, el uso de la piscina, ejercicios de relajamiento, lectura, audio videos instructivos de conservación de los recursos naturales, como de relajamiento, entre otros.

Nombre de las Cabañas: “Aventuras Turismo Ecológico”

Dirección en la parroquia: Calle Jaramillo s/n Vía al Sector de San Ramón

Teléfonos: 2780029/ 0999189777

E-mail: lumamogi@hotmail.com

Persona de Contacto: Bryan Martínez

³⁰ www.sociedadinternacionaldeturismo.com/es

Imagen No. 22: Cabañas y Piscina Vistas desde Afuera



Imagen No. 23: Sala con Biblioteca Pequeña



Imagen No. 24: Sala de Eventos y Reuniones



Imagen No. 25: Pista para Bailes



Imagen No. 26: Gimnasio y Musicoterapia



Imagen No. 27: Habitación Doble con Cama Simple



Imagen No. 28: “Habitación Doble” Con una Cama Simple y Una Doble



3.6.2 Variedad y Opciones

Se contará con dos opciones, donde cada una tendrá un precio diferente; debido a la cantidad de servicios que difiere entre la una y la otra; se ha considerado también la intencionalidad del turista, es decir los que van por un fin de semana o en sus diferentes festividades durante el transcurso del año, y otros que van más por descanso, distracción y con el afán de conocer sitios y cosas nuevas, desde luego que existirá un precio diferente que se estimará en su debido momento dentro de los ingresos programados del proyecto.

Tabla No. 19: Servicios que Ofrece “Aventura Turismo Ecológico”

OPCIONES	SERVICIOS QUE OFRECE “AVENTURAS CRISMAR”	INCLUYE
Modalidad	Servicios: 12 habitaciones; 6 simples de 2 camas y las otras 6 de 3 camas c/habitación.	
A.- Opción Simple	Hospedaje	✓
	Incluye 3 comidas por del día.	✓
B.- Opción Especial	Hospedaje	✓
	Incluye 3 comidas por del día.	✓
	Hospedaje tipo Tours	
	Guía para ir a bosques, etc., granjas integrales.	✓
	Uso de Piscina	✓
	Pista para baile	✓
	Gimnasio Ejercicios Musicoterapia, Ejercicios de Relax, etc.	✓
	Pequeña Biblioteca para lectura. (Con audio videos sobre el cuidado del ecosistema instructivos).	✓

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez.

Se definirá bajo dos opciones,

- 1.- La Primera Opción, es el hospedaje que incluye las tres comidas del día. Esto pensando en los turistas que llegan al lugar exclusivamente en fiestas religiosas y lo único que van a desear es solo tener donde llegar y que alimentarse, porque probablemente el resto de su tiempo viene con itinerario propio para su distracción dentro de la parroquia.
- 2.- Segunda Opción, es para los turistas comúnmente que se quedan más de dos días, ya sean originarios del país, pero especialmente para los extranjeros que son a quienes les gusta de la naturaleza y el descanso fuera de las grandes ciudades y sus obstáculos.

3.6.3 Calidad de los Elementos de la Ruta

Perucho es una de las 34 parroquias rurales de Quito, cuenta con una vía de primer orden que recorre así: Quito, Calderón, Guayllabamba, Puente del Río Pisque, Puéllaro - Perucho, carretera de primer orden asfaltada, distancia desde la salida norte de Quito, 45 kilómetros. La otra vía que parte desde San Antonio de Pichincha-Perucho, carretera de segundo orden, distancia 25 kilómetros.

Internamente el acceso a los barrios La Florencia y San Miguel de Uyumbuco es por vías de primer orden asfaltada o adoquinada y para llegar a San Luis de Ambuela y San Ramón, existen vías de tercer orden. La forma de llegar a este sitio es fácil, ya que en la señalética de las macro vías no hay mayor problema, no así con las de nivel interno en la parroquia (que casi es el problema de todo el país) que defina por ejemplo: distancias, nombres del sitio o lugar, lugares públicos y privados, precauciones a tomar, horarios y períodos de vistas, trato a los recursos, etc.

Cuenta también con todos los servicios básicos que garantice el bienestar del turista, de igual manera de transporte público, como son las líneas de buses “San José de Minas” y “Otavalo” (empresas con el nombre de sus respectivos cantones), salen desde la Terminal de la Metro vía en La Ofelia (Al norte de Quito). El nivel de inseguridad es mínimo puesto que es una ciudad muy pequeña donde todos se conocen, practican mucho el respeto a los demás y a la propiedad ajena. Fuera de ello la tenencia política es el ente que dirimirá justicia en caso de requerirlo. En lo referente a los atractivos específicos el lugar cuenta con;

Tabla No. 20: Calidad de los Elementos de la Ruta

ELEMENTOS	ESTADO	NÚMERO
Vías 1er. Orden	Buen Estado	1
Vías 2do. Orden	Buen Estado	2
Vías 3er. Orden	Buen Estado	Varias
Señalética	Baja cobertura	Mal Estado
Estacionamientos	Suficientes	Cuenta con los espacios necesarios y seguros.
Seguridad	Si	No hay delincuencia, ni grupos de inseguridad.
Agua potable	Si	
Teléfono	Si	Disponible todo el día
Internet	Si	Disponible las 24 Horas.
Servicio de Correo Express.	Hasta Quito, excepto encomienda de las dos empresas de transporte que llegan a la pequeña ciudad.	
Transporte	Continuo	Disponible 6 AM – 8 PM.
		Incluye: Sábados, Domingos Feriados y Festivos
Centro de Salud	Si	Disponible 8 Horas al Día
Alumbrado Público	Si	
Oficina Pública para Denuncias	Si (tenencia política)	

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez.

3.6.4 Diseño de las Rutas

Hay tres tipos de diversiones a la que se pueden acoger los beneficiados, las del aire libre, atractivos de tipo cultural y religioso, y con las que cuenta las cabañas.

Tabla No. 21: Opciones Turísticas

AL AIRE LIBRE
a.- Ruta de Aventura: Ambuela – Uyumbicho – La Florencia (piscina complejo deportivo)
b.- La Cascada de Perucho.- Llamada San Ramón, ciclo paseo La Chorrera – Río Cubí.
c.- Visita a Granjas Integrales.- de frutales como: banano, aguacate, chirimoya, uvas, moras, café, papayas, naranjas, mandarinas.
d.- Visita a producción de animales menores y mayores, como: pollos, conejos, chanchos, cuyes, y por último ganado mayor de diversas razas.
e.- Visita a los Paramos, de Perucho; Piltaqi; Chaparros de Pucará: Chaparros de San Juan, “300 especies diferentes de orquídeas, se puede observar al cóndor en ciertas fechas).
f.- Aguas Termales, Ubicadas a orillas del Río Guayllabamba (Sector. San Ramón)
g.- Bosque Tropical, de San Ramón cuenta con una variedad de 450 especies de plantas de diverso tipo, y con unas 200 de animales de diversas especies.
ATRATIVOS CULTURALES
h.- Vistas a la Iglesia Católica y, Parque Central de la parroquia.
i.- Paseo por las pequeñas calles de la ciudad.
j.- Las diversas festividades religioso culturales en el transcurso del año.
INSTALACIONES PROPIAS
1.- Gimnasio para ejercicios de relax.
2.- Video – Biblioteca.
3.- Amplios espacios para caminata, con plantas y flores de todo tipo.
4.- Piscina
5.- Pista para Baile
6.- Cancha de mini futbol, y dos de ecuavoley “vóley-bol”.
7.- Amplio y cómodo parqueadero.
8.- Servicio de T.V. por cable en cada habitación.
9.- Servicio de Internet disponible.

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez.

3.6.5 Paquetes Turísticos

Se clasificará por tres tipos de servicios como los mencionados con anterioridad;

Los primeros son los que ofrecen las cabañas en sus propias instalaciones, luego los que ofrece la parroquia en general en contacto y disfrute de la naturaleza, y por último las de tipo cultural; como lugares religiosos, etc., y las festividades religiosas culturales, programadas debidamente en los calendarios de las respectivas propagandas que asuman las cabañas.

Se podrá dividir en paquetes para dos días, tres días, cuatro, cinco días, y más, para ellos las personas escogerán los puntos mencionados en el cuadro anterior, donde cada uno de ellos representa un día de distracción, e ir incrementado los que más les guste, fuera de recibir nuestras sugerencias el momento de solicitarlas o mencionarlas, según sus gustos, necesidades, y tiempo de permanencia.

A ello se dividirá en servicios de dos clases.

- A.- Servicio solamente de Hospedaje, una noche y un día con todas las disponibilidades que cuenta internamente las cabañas, más las tres comidas del día.
- B.- Servicio Especial, que involucra la visita a las demás atracciones citadas, con la compañía de un guía para evitar contra tiempos, y sea más amena la visita. Cada sitio se lo podrá hacer en un día de recorrido, máximo se podrá avanzar hasta dos lugares por día. Incluye también el uso de todos los beneficios o servicios con los que cuentan las cabañas, las tres comidas del día.

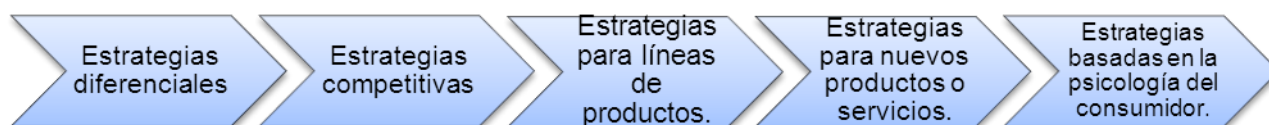
Se aclara que por la naturaleza misma de esta clasificación, que incluye beneficios adicionales la una frente a la otra, variará los precios como es obvio; ello se tratará en los respectivos ingresos que se pretende obtener, de acuerdo al tamaño de la demanda insatisfecha que se pretenda cubrir y se esté en capacidad de brindar.

3.6.6 Políticas de Promoción

“Las estrategias de promoción están encaminadas a desarrollar actividades que comunican las ventajas de los productos o servicios, que convencen a los compradores para que los adquieran.”³¹

³¹ KOTLER Philip, AMST RON Gary; “Fundamentos de Mercadotecnia”; Segunda Edición.

Gráfico 2: Lineamientos Estratégicos de Comercialización



Fuente: www.marketing-turistico.shtml#PRODUC

Elaborado por: Cristina Martínez

El presente proyecto utilizará la estrategia basada en la psicología del consumidor ya que el cliente toma decisiones *basadas* en lo que percibe, de esta manera se aplicarán los mejores medios para dar a conocer la Operadora Turística.

La principal estrategia de promoción se la desarrollará mediante herramientas de publicidad como:

- Radio Locales (que contribuyen a difundir lo que tiene el país)
- En su propia página Web.
- En revistas públicas e informativos locales, repartidos en sitios estratégicos de Quito.
- Publicidad Gráfica por ejemplo: Esferos, lápices, camisetas.
- Pancartas
- Carteles
- Puestos de Información Oficiales en Quito.
- Oficina de la Presidencia de la Junta parroquial.
- Quito Turismo

Además, se comenzará con una propaganda mediante:

- Trípticos
- Hojas Volantes
- Boletines Informativos tanto en la parroquia, como en Quito Turismo, si fuera necesario en el Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Pichincha y Gobierno Municipal de Quito, “Departamentos de Turismo”.

CAPÍTULO IV

4 PROPONER MECANISMOS DE PLANIFICACIÓN, FINANCIAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS.

En la actualidad se ha llamado la atención sobre la necesidad de aprovechar y reconocer el amplio espectro de las actividades socioeconómicas, actividades y servicios que se pueden brindar; entre ellas las ambientales, que el ámbito rural con sus pobladores pueden ofrecer a la sociedad y que están en capacidad de ampliar y mejorar para elevar así su calidad de vida, diversificándose o especializándose en su producción, o en última instancia, dinamizar procesos de desarrollo territorial a escalas: local, regional y en lo posible a nivel nacional, como es el caso de algunos países de Centro América que han logrado éxitos muy interesantes en este ámbito.

“Hoy en día el enfoque de la Nueva Ruralidad plantea la necesidad de reconocer la multifuncionalidad de los ámbitos rurales y sus oportunidades para el desarrollo desde las diferentes dimensiones que se interrelacionan de forma transversal en el territorio: la ambiental, económica, cultural, política, institucional y social, entre otras”³².

Dentro de esa visión, se ha visto al Turismo Rural como una actividad que presenta interesantes potencialidades para el desarrollo territorial ya que incorpora casi la totalidad de los sectores productivos de varias micro-regiones. Como estrategia eficaz de desarrollo rural, el turismo busca complementar, diversificar e incrementar las alternativas de empleo e ingresos de los pobladores rurales, de los miembros de las familias rurales y, especialmente, de los jóvenes y las mujeres.

Según la Organización Mundial del Trabajo el turismo sostenible con base en la Conferencia de Río de Janeiro "Agenda 21. Desarrollo y Medio Ambiente" ha definido el desarrollo turístico sostenible de la siguiente manera:

“Turismo sostenible.- Es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”³³

³² Dir. Marvin Blanco. – IICA- Instituto Interamericano para la Cooperación de la Agricultura; “Guía para un Plan de Desarrollo Turístico en un Territorio”, Costa Rica. Año 2012. p. 7.

³³ OMT. Organización Mundial del Trabajo; “Conferencia de Río de Janeiro "Agenda 21. Desarrollo y Medio Ambiente. p. 28.

Estos principios del desarrollo turístico sostenible pueden resumirse en los siguientes:

Los recursos naturales, paisajísticos, históricos, culturales o de otro tipo utilizados por el turismo se conservan para poder ser utilizados en el futuro, reportando al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual.

Si una administración local quiere que su desarrollo turístico sea sostenible y duradero debe planificarlo de manera que no produzca efectos contraproducentes en el medio ambiente.

La planificación de un desarrollo sostenible consigue que los beneficios del turismo se repartan entre la colectividad local.

4.1 PLANIFICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

La correcta planificación y administración de la empresa, proporcionara las directrices organizacionales para dirigir el talento humano que se ha de contratar, como el uso adecuado de los recursos, sin desgaste de energías o pérdida de tiempo.

Para ello, veremos dos conceptos

- Planificación Estratégica
- Planificación Operativa

Cuando se habla de estrategia siempre se habla de largo plazo (más de un año).

Entiéndase por tanto;

“Planificación Operativa.- Se refiere básicamente a la asignación previa de las tareas específicas que deben realizar las personas en cada una de sus unidades de operaciones, o para una sola actividad, estableciéndonos claramente lo que vamos hacer, el orden en que lo haremos, las responsabilidades que cada uno tendrá, los recursos que necesitaremos para hacerlo y el tiempo en que se debe cumplir, que comúnmente son de un año”³⁴.

“Planificación Estratégica.- La estrategia representa un patrón de objetivos, propósitos o metas, así como las políticas y los planes principales para alcanzar estas metas, presentándolos de tal

³⁴ <http://www.oocities.org/es/angelcontreras01/pype/pype1.htm>.

manera que permiten definir la actividad a la que se dedica la empresa, a la cual se dedicará, así como el tipo de empresa que es o será”.³⁵

“La empresa debe plantearse en qué situación quiere estar en un plazo determinado (2, 3 años...), donde quiere llegar, si quiere ser líder del mercado, si quiere mantenerse segunda o tercera empresa dentro del mercado, si quiere ampliar cuota de mercado, irrumpir en otros mercados, diversificar productos en nuevos mercados, etc.”³⁶

Eso sería a largo plazo, pero hay que ir cubriendo etapas anuales, que hay que planificarlas. De eso se encarga la *planificación táctica u operativa* (a corto plazo) a 1 año vista.

De esta manera es necesario estructurar las normas legales, la filosofía y principios con que se ha de mover su funcionalidad. Para luego entrar en la parte de costos y estimaciones de estados financieros con su respectivo análisis para confirmar la viabilidad o no del proyecto.

4.1.1 Tipo de Empresa

La empresa estará ubicada dentro del sector terciario, esto es el sector de los servicios, rama del turismo, las acciones que cumplirá la *Operadora Turística* están orientadas a desarrollar actividades de turismo receptivo en el país, específicamente localizada en la Provincia de Pichincha en el interior de la parroquia de Perucho, cuyos servicios comprenden, asegurar su alojamiento y alimentación, paseos y caminatas, disfrute de la gastronomía de la región, charlas y deleite de los recursos disponibles y la importancia de su cuidado, entre otras, dado por los guías turísticos.

Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU)

La **Clasificación Internacional Industrial Uniforme** o, en inglés, *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities* (abreviada como ISIC), es la clasificación sistemática de todas las actividades económicas cuya finalidad es la de establecer su codificación armonizada a nivel mundial. Es utilizada para conocer niveles de desarrollo, requerimientos, normalización, políticas económicas e industriales, entre otras utilidades.

Cada país tiene, por lo general, una clasificación industrial propia, en la forma más adecuada para responder a sus circunstancias individuales y al grado de desarrollo de su economía. Puesto que las necesidades de clasificación industrial varían ya sea para los análisis nacionales o para fines de comparación internacional.

³⁵ Kenneth Andrews; “Modelo estándar de la Estrategia”, Escuela de Negocios de Harvard,

³⁶ Laso. Magdalena; Marketing – Planificación. Servicios Turísticos”, Editorial: 3er Planeta, Madrid España, año 2010, p. 68.

La Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) permite que los países produzcan datos de acuerdo con categorías comparables a escala internacional.

La CIIU desempeña un papel importante al proporcionar el tipo de desglose por actividad necesario para la compilación de las cuentas nacionales desde el punto de vista de la producción.

La clasificación dentro del mercado de servicios, que ofrecerá la operadora se desarrolla dentro de los servicios de consumo final, que son los que satisfacen la demanda de personas, familias y, específicamente en el presente caso de turistas.

Tabla No. 22: Clasificación Internacional Industrial Uniforme

SECCIÓN	N
DIVISIÓN	79
CLASE	7912 Operadora de Turismo
TIPO DE SERVICIOS	
Clasificación	Tipo B, área sub urbana.
Intangibles	Cabañas
Duraderos	Instalaciones
No duraderos	Alimentación
Servicios	Descanso, distracción.

Fuente: Min de Turismo. Normas para crear una operadora de turismo.

Elaborado por: Cristina Martínez

4.1.2 Accionistas o Propietarios

Para la creación de la Operadora Turística se cree conveniente establecerla como un Compañía de Responsabilidad Limitada, dadas las metas de crecimiento que con el transcurso del tiempo se pretende ir la ampliando, lo cual generará la inyección de capitales frescos, y en base a ello la necesidad a incluir a nuevos socios que puedan aportar con la consolidación económica y planes de expansión de la misma, especialmente tratando de captar el turismo extranjero dado que los últimos años está en boga, y que gracias a los planes de expansión vial del Estado, Ecuador tiene una buena aceptación a nivel internacional.

La Cía. Ltda., cumpliendo con las normas legales empieza con cuatro socios familiares, todos mayores de edad, capaces de contratar, y adquirir responsabilidades, y el valor de cada acción será de un dólar cada una.

El cuadro se compondrá de la siguiente manera.

Tabla No. 23: Cuadro de Integración de Capital

NOMBRE ACCIONISTA	CÉDULA DE IDENTIDAD	CAPITAL DE APORTACIÓN	VALOR DE LAS ACCIONES	\$ TOTAL
Bryan Martínez	1702027089	1250	1,00	1250,00
Cristina Martínez	0201892551	1250	1,00	1250,00
David Albiño	1000354736	1250	1,00	1250,00
Javier Albiño	0201757671	1250	1,00	1250,00
TOTAL				5000,00

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez.

4.1.3 Administración de la “Empresa”

Haciendo énfasis en el presenta caso, las empresas pueden tener una orientación hacia el cliente, pero también pueden tener una orientación hacia el producto. En un mercado en el cual hay escasa competencia (ejemplo: un producto turístico: una ciudad como destino, en la cual hay únicamente dos hoteles). Estos dos hoteles absorben todos los turistas que llegan a la ciudad y cuando están llenos, hay un exceso de demanda. No tienen ningún problema ya que la competencia es prácticamente nula. Y su enfoque es hacia el producto. Mientras el producto funcione, el hotel tiene sus clientes que necesitan alojamiento y como además tiene exceso de demanda, su única preocupación es ampliar la capacidad del hotel. Cuando en esa ciudad aparece un tercer hotel, la demanda se ajusta mucho más a la oferta. En este caso ya aparece un cierto grado de competencia y la empresa debe enfocarse hacia las ventas.

En este sentido es menester valerse de las herramientas idóneas identificables con el marketing, que persigue identificar las necesidades, satisfacerlas mejor que la competencia, de una manera rentable, así entonces proveemos algunas premisas fundamentales sobre las cuales girara la empresa.

Propuesta de Direccionamiento Estratégico para la Operadora Turística Grupo Martínez Cia. Ltda.

Para establecer planes estratégicos de marketing se realizara el direccionamiento estratégico de la operadora turística.

A continuación se detallan los elementos considerados para el direccionamiento estratégico propuesto para la operadora turística:

- a. Base Filosófica
- b. Misión
- c. Visión
- d. Principios
- e. Valores
- f. Objetivos Estratégicos
- g. Políticas
- h. Estrategias
- i. Presupuesto
- j. Evaluación Económica
- k. Evaluación Financiera

El nombre que se ha considerado más conveniente para la empresa es:

GRUPO MARTÍNEZ Cía. Ltda.

El Logotipo es importante porque detalla las características más sobresalientes del lugar, tratando de poner en énfasis los atractivos naturales que sobresalen de la parroquia, al tiempo que genera una idea del lugar, por la imagen que se identifica con el sol en todo su resplandor sobre el paisaje, que denota las montañas, ríos, praderas, dando un ambiente de tranquilidad, belleza y paz que caracteriza a la naturaleza en armonía.

Al tiempo que motiva al turista a conocer lugares desconocidos pero muy agradables al abrigo de la naturaleza, propicio para el descanso, la meditación, inclusive la relajación y la diversión, ello sumado a su gente sencilla, hospitalaria, y trabajadora, de las cuales también podrán observar sus costumbres, conocer su cultura, formas de vida y el esmerado trabajo que realizan todo los días, que es de donde se desarrolla la pequeña comunidad con sus familias.

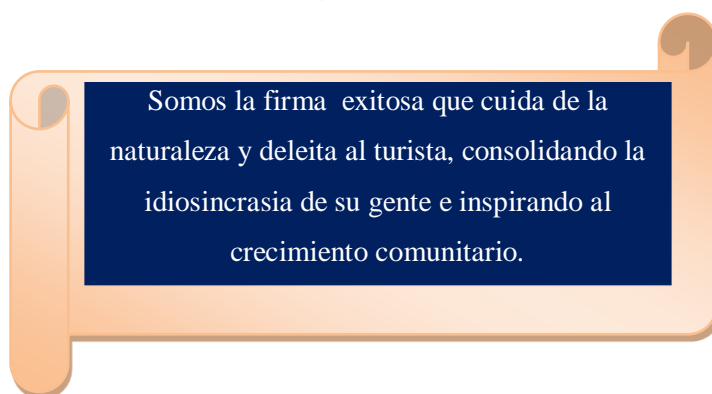
Imagen No. 29: Marca relacionada al turismo



VISIÓN

“Es como la empresa debería ser y actuar en el futuro, basada en los valores y convicciones de sus integrantes.”

Imagen No. 30: Visión



PRINCIPIOS CLAVES:

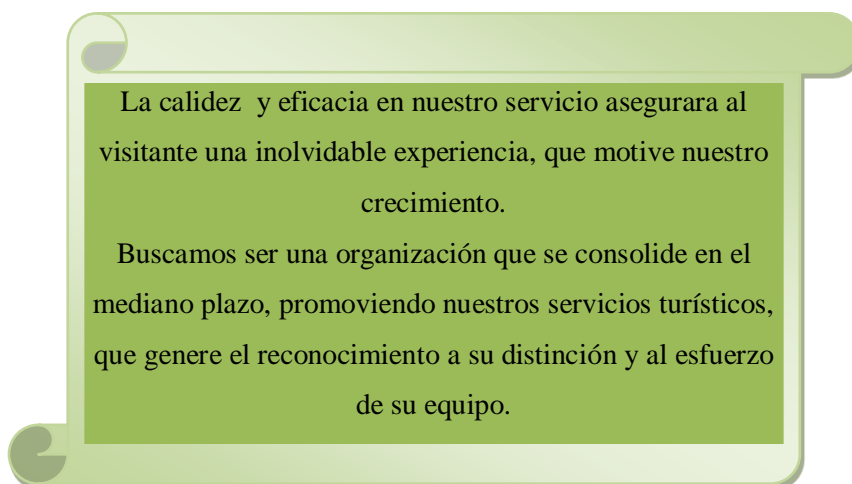
- **Posición en el Mercado:** De posicionamiento.
- **Tiempo:** 3 años
- **Ámbito del Mercado:** Turista extranjero y nacional.
- **Servicios:** Planes al gusto y satisfacción del turista, con fiel cumplimiento.
- **Valores:** Puntualidad y trabajo en equipo.

- **Principio Organizacional:** Mejoramiento continuo

MISIÓN

“Es una expresión del propósito de la organización: lo que desea lograr en el entorno más amplio. Actúa como una mano invisible que guía al personal de la organización.

Imagen No. 31: Misión



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

“Los **objetivos empresariales** inspiran la formulación estratégica dando lugar a los objetivos estratégicos, que son guía del comportamiento operacional y táctico de la compañía.”³⁷

Los objetivos estratégicos propuestos son los siguientes:

- Afianzar el turismo comunitario en la hermosa parroquia de Perucho, generando un flujo conveniente de visitantes que viajen a conocer otros sitios tradicionales del país, por tanto que produzcan ingresos permanentes y seguros al proyecto.
- Diseñar una estrategia de mercadeo que propicie la promoción de los servicios, especialmente dirigido al turista, con la finalidad de ir creciendo con el tiempo.
- Aprovechar la demanda no cubierta existente, realizando inversiones rentables, en áreas que son un puntal promisorio de desarrollo para el pequeño y mediano inversionista.

³⁷ <http://www.e-visualreport.com/objetivos.html>, Administración de Empresas

PRINCIPIOS Y VALORES

Principios.- “Son las actitudes consecuentes de los valores asumidos. Conjunto de leyes invisibles que gobiernan todas las áreas del actuar humano y que apoyan consecuentemente al desarrollo de una administración.”³⁸

A continuación se detallan los principios a fomentarse en la Operadora Turística.

- **Calidad**

Máxima calidad y seguridad en los productos y servicios que se presta a lo largo de toda la estancia y disfrute de las distracciones que se ofrece.

- **Servicio**

El cliente es siempre lo más importante y el objetivo es conseguir en todo momento el 100% de su satisfacción. La rapidez en el servicio, el trato amable y personal y la constante adaptación a los gustos del cliente son los medios para conseguirlo.

- **Valor**

Es el concepto equivalente de la mejor relación calidad-precio.

- **Sistema de Información en Base a Decisiones**

Es importante contar con información: estadística, contable, financiera, de marketing y planeación para la correcta toma de decisiones, cultivando el manejo prometedor de la firma.

- **Puntualidad en la Entrega de Servicios**

Es muy importante contar con un buen sistema de mercadeo, que contemple con sus propias páginas web, publicidad escrita, en medios públicos, que garantice la captación del cliente, y complementariamente se contará con normas estrictas de respeto, puntualidad, eficacia, en la prestación de los servicios ofrecidos.

Valores.- “Mueven al hombre a actuar, influyen de forma directa en sus decisiones y provocan hábitos; se pueden definir como una creencia de lo que es apropiado y lo que no lo es, en el presente caso guían las acciones y el comportamiento de los empleados para cumplir los objetivos de la organización.”³⁹

³⁸ <http://www.NationalHispanicUniversity.com>.

³⁹ E. Nuria, Un “Empresa para el Futuro”, Edit. Manso, Madrid – España, 3ra edición, Año 2011, p. 57.

Los valores que se van a cultivar en la empresa son:

Tabla No. 24: Valores Corporativos

VALORES	DEFINICIÓN
Trabajo en equipo	El trabajo en equipo fortalece las relaciones en torno a propósitos encaminados hacia un mismo fin, aumenta la capacidad creativa, productiva y la calidad de su trabajo. Crea un clima de armonía en las relaciones interpersonales, haciendo posible la autoevaluación y optimizando los resultados.
Gestionamos nuestro negocio de forma ética	La integridad ética es esencial para el negocio. Aplicaremos, tanto a nosotros mismos como a nuestro negocio, altos estándares de imparcialidad, honestidad e integridad. Asumimos nuestra responsabilidad tanto a nivel individual como colectivamente.
Austeridad	Dar uso eficiente y eficaz a los recursos asignados, ajustados a las normas de la moral.
Nuestro compromiso con las personas	Ofrecemos oportunidades, fomentamos el talento, desarrollamos líderes y recompensamos la consecución de objetivos. Creemos que un equipo de personas bien formadas, con trayectorias profesionales y experiencias diversas, trabajando juntos en un ambiente de respeto y que estimule altos niveles de compromiso, resulta esencial para nuestro éxito continuo.
Devolvemos a la comunidad lo que nos ha dado	Nos tomamos en serio las responsabilidades que conlleva el liderazgo. Por eso, ayudamos a concientizar a las personas a apoyar a respetar, las formas de vida de las comunidades, su cultura, así como la necesidad de preservar y mantener en buen estado de la naturaleza.
Mejoramiento Continuo	La entidad aplica todos los procedimientos técnicos e instrumentos gerenciales que le permitan responder oportunamente a los cambios del entorno, contando con un personal comprometido en la búsqueda de resultados excelentes en su gestión, mediante el cumplimiento de sus deberes con competencia, diligencia y calidad.

Ref. Información disponible de varias empresas vinculadas en el área.

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.1.4 Reglamento de la Empresa

“Para establecer una Agencia de Viajes, es requisito necesario constituirse como empresa jurídica, registrada en la Superintendencia de Compañías. Las Agencias de Viajes se clasifican en Mayoristas, Internacionales y Operadoras.

El Trámite para la constitución de una compañía es el siguiente:

1) Reserva del nombre en la Superintendencia de Compañías. (Mínimo 10 opciones). La reserva del nombre tendrá validez por el plazo de “treinta días”, contados desde la fecha de reserva. Este

nombre puede ser posteriormente registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual “IEPI”, lo cual otorga propiedad sobre el mismo, (Superintendencia de Compañías). En el caso de agencias de viajes se debe solicitar en el IEPI un certificado de búsqueda del nombre comercial, el mismo que será entregado en el Ministerio de Turismo.

Posteriormente se abre una cuenta de integración de la compañía, conforme a los capitales mínimos establecidos para cada tipo de empresa en la Ley de Compañías: Limitada \$ 400,00 dólares; Sociedad Anónima \$ 800,00 dólares. En el caso de agencias de viaje se aplican los mismos valores; pero se debe tomar en cuenta los valores del activo real fijados por el Ministerio de Turismo, los mismos que no serán exigibles en las ciudades que tengan menos de cincuenta mil habitantes.

2) Minuta de constitución de compañía (rubricada por un Abogado); se debe adjuntar al estatuto de la compañía, el cuadro de integración del capital. En el caso de agencias de viaje, como documentos habilitantes se debe adjuntar el certificado provisional de afiliación a la Cámara de Turismo “CAPTUR”, que luego se eleva a escritura pública.

3) Carta de Solicitud de Aprobación dirigida al Superintendente de Compañías, suscrita por un abogado, aquí se pida la aprobación del contrato constitutivo y su registro, y se deben adjuntar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía. La Superintendencia de Compañías revisa la documentación en 3 días, y emite su resolución si no encuentra objeciones.

En el caso de haberlas, emite un oficio de observaciones, las cuales deberán ser corregidas en la escritura pública o documentos que señale el oficio.

4) Con la resolución se debe:

- Solicitar a la Superintendencia de Compañías, el extracto de la compañía para ser publicado en un diario de mayor circulación, del lugar donde se va a domiciliar la misma;
- Realizar la afiliación a la Cámara correspondiente, dependiendo del objeto social y debe obtenerse el certificado de afiliación definitiva;
- Registrar los nombramientos de Presidente y Gerente General o Representante Legal en el Registro Mercantil;
- Obtener la Patente Municipal.

5) Con estos documentos, se debe acudir nuevamente a la Superintendencia de Compañías, quien emitirá una hoja de datos de la compañía; con éste se procede a realizar la marginación de las

resoluciones y, realizar el respectivo asentamiento en el Registro Mercantil, a partir de este momento tiene validez jurídica. (Registro Mercantil)

6) Se obtiene el RUC en el Servicio de Rentas Internas para persona jurídica. (S.R.I.).

7) Se abre un número patronal de compañías en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (I.E.S.S.), para los contratos de empleados.

8) Se obtiene el Certificado de Registro en el Ministerio de Turismo.”⁴⁰

PERMISOS PARA OPERAR

- **AFILIACIÓN CÁMARAS DE TURISMO**

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales

Base Legal: Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento

Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicados a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción.

Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

Reglamento a la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo

Art. 4.- Para efectos de la organización de las Cámaras Provinciales y de su afiliación a ellas, se considerarán como asociados a todas las personas, naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, propietarias de empresas y establecimientos dedicados a actividades turísticas, domiciliadas en el Ecuador, que realicen servicios relacionados con la actividad turística, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del turismo su profesión habitual.

⁴⁰ http://www.captur.com/codigo2002/fornularios/Docs/creacion_agencia_viajes.pdf

Art. 5.- Las personas determinadas en el artículo anterior, estarán en la obligación de afiliarse a la Cámara de Turismo respectiva, y al así hacerlo, no tendrán la obligación de afiliarse a ninguna otra Cámara.

Las Cámaras Provinciales procederán, de inmediato, a levantar el censo de aquellas personas dedicadas a la actividad turística, notificándoles por escrito para que, en el plazo de sesenta días, cumplan con esta obligación. Transcurrido este plazo, las Cámaras harán uso de la facultad que les concede la Ley y el presente Reglamento.

- **Licencia Anual de Funcionamiento**

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio (Servipagos, Administraciones Zonales) y cancelará:

Patente Municipal

Tasa de Turismo

Aporte Anual a CAPTUR

Permiso de Bomberos.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

- **Patente Municipal**

Obligación: Obtener el permiso de Patente, TODOS los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo: hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año. (Ventanilla Única)

Base Legal: Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386

Dirección: Administración Zonal correspondiente

- **Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

Sirve para contar con parámetros de prevención y seguridad, a fin de evitar riesgos, tales como incendios o siniestros.

Requisitos:

Formulario de solicitud de inspección. (Se compra en la tesorería de las oficinas del Cuerpo de Bomberos de Quito “CBQ”, y tiene un valor de \$ 1 USD).

Copia de la cedula, RUC y Patente Municipal.

Informe favorable de inspección.

Procedimiento:

Llenar el formulario con los datos del establecimiento y del propietario del establecimiento.

- Ingresar el formulario de inspección en el departamento de prevención del Cuerpo de Bomberos Quito.
- Esperar de 1 a 15 días laborables para la inspección. En esta visita el inspector del CBQ entregará una copia del informe favorable de inspección.
- Retirar el permiso de funcionamiento, 2 días después de la inspección, en la Dirección de Operaciones. Para esto se requiere la copia del informe favorable de inspección (otorgada por el inspector durante la visita) y una copia de la Patente Municipal.

4.1.5 Estructura del Orgánico Funcional

“El organigrama se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación.”⁴¹

Según el concepto de organigrama, este muestra:

- Un elemento (figuras)
- La estructura de la organización
- Los aspectos más importantes de la organización
- Las funciones
- Las relaciones entre las unidades estructurales
- Los puestos de mayor y aun los de menor importancia
- Las comunicaciones y sus vías
- Las vías de supervisión

⁴¹ Amador Juan Pablo. www.elprisma.com.

- Los niveles y los estratos jerárquicos
- Los niveles de autoridad y su relatividad dentro de la organización
- Las unidades de categoría especial”⁴²

En este sentido y dando concordancia al enunciado anterior, el Organigrama Estructural de “GRUPO MARTÍNEZ CIA. LTDA.” Operadora Turística, queda definido de la siguiente manera.

Gráfico 3: Organigrama de Grupo Martínez Cia. Ltda. Operadora Turística



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Cristina Martínez.

4.1.6 Actividades de Cada Grupo

Por ser una empresa que empezará organizadamente por primera vez sus actividades, se contará con el personal estrictamente necesario a fin de optimizar los recursos.

Se describe el número de personal requerido, los mismos que tendrán funciones y responsabilidades concretas, en cada una de sus áreas asignadas, la finalidad será no sobrecargar de responsabilidades, ni derrochar el contingente humano.

⁴² *Reyes Ponce, Agustín*; “Sistemas de Organización”, Edit. Henry. 3era edición, Barcelona – España, p. 73.

Personal de Grupo Martínez Cía. Ltda.

- 1 Gerente General
- Contador Externo
- 1 Jefe de Operaciones
- 1 Guía Turístico
- 1 Persona para la Cocina
- 1 Persona para la limpieza

RESPONSABILIDADES

La empresa contará con el personal necesario para cada una de sus áreas, esto considerando el flujo de visitantes proyectados a tener en sus instalaciones versus el personal idóneo que abastezca para llevar a cabo sus funciones.

GERENCIA GENERAL.- Llevará a cabo el proceso de ejecución de las actividades de la empresa en su totalidad. En el gerente cae todas las responsabilidades más importantes sobre la marcha de la empresa, de ahí la necesidad de que tenga bien clara sus funciones, lo que debe hacer y cómo debe enrumbar la Operadora Turística.

FUNCIONES:

- Organizar, planificar, dirigir, supervisar las operaciones, y representar en la toma de decisiones a la empresa.
- Elaborar el plan ordenado de actividades para cada año, difundirlo en sus directrices básicas, y coordinar su ejecución periódica y ordenada con las personas claves en la dirección de la firma.
- Programar con el contador el presupuesto anual de inversiones, manejando criterios de austeridad y transparencia financiera. Que será aprobado por la asamblea de accionistas para su ejecución.
- Seleccionar, al personal idóneo a contratar y estimular de diversas maneras para que mantenga un óptimo nivel de rendimiento.
- Prever situaciones ajenas a lo planeado, y contar con planes de emergencia para evitar una latente crisis o quiebra.
- Delegar responsabilidad y supervisar el desempeño de los empleados.
- Cumplir las normas estatutarias, planes, programas, políticas y procesos que determine la empresa.
- Responsabilizarse de la adquisición de insumos, materias primas, personal, y demás bienes y servicios requeridos para la operación de la empresa.

DEPARTAMENTO OPERATIVO.- Este departamento tendrá las funciones de planificar y coordinar las actividades concretas de la operadora turística, actividad primaria que servirá para cumplir con el éxito planificado.

El Jefe de Operaciones tendrá las siguientes funciones.

Jefe de Operaciones

FUNCIONES:

- Receptar disposiciones emanadas por el gerente, realizar memos, oficios, cartas y documentos relacionados.
- Coordinar y programar los paquetes turísticos de acuerdo al plan mercadeo.
- Elaboración y diseño de planes de recepción a los visitantes de acuerdo a las temporalidades.
- Establecer contacto personal con los turistas e informar sobre todos los aspectos relevantes, brindar la mayor atención durante su estadía y tener en cuenta el retorno a su lugar de origen.
- Diseñar y administrar una base de datos, sobre la cual se realizará seguimientos provechosos.
- Dar información sobre las políticas y normas de trabajo de la operadora, precios, formas de pago, requisitos para proveer su seguridad, entre otras.
- Cumplir las normas, políticas y procedimientos que determine la operadora.
- Realización del servicio post-venta.
- Servicio de Venta y Pos Venta de los Tour.

Guías Turísticos

FUNCIONES:

- Coordinar con el jefe de operaciones los planes de llegada de los turistas.
- Responsabilizarse del traslado y bienestar de los turistas a los lugares seleccionados.
- Informar al turista de todas las prevenciones a tener en cuenta durante su estancia y traslado a los lugares previstos.
- Informar de inmediato a sus superiores de inconvenientes, o particularidades que pudieran suceder con los planes de movilizaciones o los visitantes.
- Cumplir las normas, políticas y procedimientos que determine la operadora.
- Colaborar y orientar al visitante, en todas las necesidades que signifique llevar el buen nombre y prestigio de la operadora.
- Emitir informes del trabajo desplegado de la forma como lo requiera la gerencia.

Contador Externo

FUNCIONES:

- Cumplir sus actividades con estricto apego a las normas contables, y leyes de fiscales vigentes del país.
- Llevar una contabilidad cronológicamente sólida y alertar a gerencia cualquier desfase posible, a fin de prever molestias.
- Crear y procesar la información necesaria para obtener los Estados Financieros, cada vez que lo necesite gerencia, así como el estado de la cuenta bancos, flujo de caja, cuentas por pagar y cobrar, entre otras de su incumbencia.
- Realizar análisis de la información financiera – contable, a solicitud de Gerencia.
- Cálculo y pago de impuestos.
- Cumplir con todas las leyes y normas contables vigentes; políticas y procedimientos que determine la firma.

Flujo de Actividades

El flujograma hace más fácil el análisis de un proceso para la identificación de las entradas de proveedores; las salidas de sus clientes y de los puntos críticos del proceso de operaciones, decisiones, inspección, demora, entre otros.

“Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso”. Un diagrama de actividades representa los flujos de trabajo paso a paso de negocio y operacionales de los componentes en un sistema. Un diagrama de actividades muestra el flujo de control general.

Un diagrama de flujo siempre tiene un único punto de inicio y un único punto de término.

Las siguientes son acciones previas a la realización del diagrama de flujo:

- Identificar las ideas principales a ser incluidas en el diagrama de flujo. Deben estar presentes el autor o responsable del proceso, los autores o responsables del proceso anterior y posterior y de otros procesos interrelacionados, así como las terceras partes interesadas.
- Definir qué se espera obtener del diagrama de flujo.
- Identificar quién lo empleará y cómo.
- Establecer el nivel de detalle requerido.
- Determinar los límites del proceso a describir.

Además de la secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas (en la cadena cliente/proveedor).”⁴³

Se usa para:

“Entender un proceso e identificar las oportunidades de mejora de la situación actual, ayuda a:

- I. Diseñar un nuevo proceso, incorporando las mejoras (situación deseada).
- II. Facilitar la comunicación entre las personas involucradas en el mismo proceso.
- III. Divulgar, en forma clara y concisa, informaciones sobre procesos.”⁴⁴

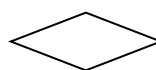
Los símbolos básicos más importantes que se requiere por el momento son los siguientes:

▪ Simbología a Utilizarse en el Diagrama de Flujo

Documento



Decisión



Operación



Demora








Inspección



⁴³ www.NationalHispanicUniversity.com

⁴⁴ www.NationalHispanicUniversity.com

Tabla No. 25: Cronograma de Actividades

PROCESO: Servicio de Atención a los Turistas							
DESCRIPCIÓN DE PROCESO	TIPO DE ACTIVIDAD					RESPONSABLE	RECURSOS
							
Contratación de personal				X		Gerente	Talento Humano
Promoción y publicidad	X	X				Jefe de operaciones	Humano, Técnico
Establecer contacto con el turista	X					Jefe de operaciones	Humano, Técnico
Solicitud de datos personales		X				Jefe de operaciones	Humano, Técnico
Creación de base de datos.	X			X	X	Jefe de operaciones	Humano, Técnico
Planificación de los paquetes turísticos	X			X		Gerente y Jefe de O.	Talento Humano, y Técnico
Alojamiento a los Huéspedes	X					Jefe de operaciones	Humano, Técnico
Alimentación	X					Cocina y Limpieza	Material y R. Humano
Orientar de los guías turísticos	X					Guía Turístico	Humano
Traslado hacia los lugares de visita		X			X	Guía Turístico	R. Humano, Material
Servicio post-venta	X				X	Jefe de operaciones	Humano, Técnico
Venta del Tour	X				X	Jefe de operaciones	Humano, Técnico

Fuente: NASSIR SAPAG CHAIN “Preparación y Evaluación de Proyectos”

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

La evaluación para analizar proyectos de inversión se basan normalmente en el análisis de los ingresos y gastos relacionados con el proyecto, teniendo en cuenta cuándo son efectivamente recibidos y entregados - es decir, en los flujos de caja que se obtienen en dicho proyecto-, con el fin de determinar si son suficientes para soportar el servicio de la deuda anual (principal + intereses) y de retribuir adecuadamente el capital aportado por los socios.

4.2.1 Estudio Económico y Evaluación Financiera

Para que un proyecto sea económicamente viable, debe ser financieramente sostenible, así como económicamente eficiente. Si un proyecto no es financieramente sostenible, los beneficios económicos no se harán realidad. El análisis financiero y el análisis económico son dos caras de la misma moneda y complementarias.

Es importante por tanto evaluar el grado en que, el proyecto generará los ingresos suficientes para cumplir con las obligaciones financieras, evaluar los incentivos o costos de oportunidad, etc., garantizar la demanda o las previsiones del servicio para observar si el análisis económico de base es compatible con las cargas financieras o de los recursos presupuestarios disponibles. En el análisis financiero los gastos efectuados en el marco del proyecto y los ingresos derivados del mismo, se tienen en cuenta.

Mientras tanto en el análisis económico incluye todos los miembros de la sociedad, y las medidas de impactos positivos y negativos del proyecto en términos de disposición a pagar por unidades de mayor consumo, y de aceptar la “indemnización” para las unidades de antemano de consumo.

4.2.2 Objetivo de la Inversión

Objetivo General

Consolidar la presencia de la Operadora Turística en el mercado en un plazo de tres años.

Objetivos Específicos

1. Generar los ingresos necesarios que permitan cubrir con los compromisos financieros y el pago al riesgo de la inversión, realizada por los accionistas de la empresa.
2. Crear la confianza y garantías de calidad del servicio, (por ejemplo precios módicos, estancia agradable, entre otras, con la finalidad de darse a conocer a nivel nacional y, en corto plazo a nivel internacional.

3. Presupuestar con austeridad los egresos para poner en marcha el proyecto, y aprovechar las oportunidades que se tengan en temporada alta, a fin de beneficiarse oportunamente de estos cambios.

4.2.3 Alianzas Estratégicas

La alianza estratégica es un entendimiento que se produce entre dos o más “actores sociales”, quienes gracias al diálogo y a la detección de objetivos de consenso, pueden definir un Plan de Acción conjunto para lograr beneficios de mutua conveniencia. Para su realización hay que mirar el escenario que nos rodea, para evaluar el mercado a actuar, buscando aquello que a nosotros nos conviene y que a ellos les podría convenir.

En este sentido la Operadora Turística Grupo Martínez Cía. Ltda., una vez avaluado su espectro comercial, competencia, mercados, y la reiniciación de sus actividades en el mercado ha decidido convenir una alianza de promoción y enganche de paquetes turísticos con la conocida empresa QuiZh Express (unida en consorcio con Arboleda Travel) que cuenta con oficinas en los EE.UU, Inglaterra, Italia, y España, y a nivel nacional. En Quito se ubica en la calle Luis Cordero E4-301 y Avenida Amazonas; teléfono 02/2/ 220-332, 02/2/ 220-334, e-mail arboledatravel@andinanet.net. QuiZh Express en Chicago una de sus direcciones es; 4545 N. Broadway ST Chicago II 60660 teléfono. 773 – 784 – 3535. e-mail: qexpressch22@yahoo.com.

4.2.4 Inversiones

Lo conforman dos partes que son complementarias dentro de un presupuesto, el de operación y uno de carácter financiero, el primero en ejecutarse: Incluye los presupuestos de todas las actividades para el período, el cual se elabora en partes, o mejor dicho a nivel de costos, hasta llegar a un resumen contenido en los Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado. Entre éstos podrían incluirse:

Construcciones de haberlas, maquinas, equipos, muebles y enceres, adquisición de Insumos, mano de obra.

El segundo rubro incluyen los gastos operacionales de varios tipos como son: de constitución, suscripciones, propaganda, etc., ello en contraparte con la Oferta del servicio, lo conforma el rubro de tipo financiero que influye en los rubros de egresos que inciden fundamentalmente en el balance financiero de pérdidas y ganancias, como pago de préstamos, intereses, pago a proveedores, pago del impuesto a la renta, reparto de utilidades y otros.

Es así como estimaremos los rubros que signifiquen las erogaciones importantes y periódicas que la Operadora necesite cumplir.

En definitiva el presupuesto de inversión tendrá como propósito evaluar y determinar el monto de inversiones en activos fijos e intangibles y el capital de trabajo que requerirá la inversión para poner en marcha el proyecto.

4.2.4.1 Activos Fijos

“Son inversiones en activos fijos, todas aquellas que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de prestación del servicio y que servirán de apoyo a la operación normal de la nueva empresa.”⁴⁵

Construcciones

Conforma el espacio físico más las instalaciones intrínsecas con las que cuenta la propiedad para el desarrollo de sus actividades; cuenta con 6 habitaciones de 2 camas cada una, y otras 6 habitaciones de 3 camas cada una, cada una con su baño respectivamente amobladas, closet para guardar la ropa, velador, TV, cable, construidas hace varios años que tendrían un “valor residual por depreciación” a la fecha de implementarse el proyecto y adicionalmente las construcciones completaría mencionadas en el capítulo de servicios e instalaciones que presenta la Operadora para la distracción de sus clientes, todo ello sobre una superficie de una hectárea de terreno.

⁴⁵ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta edición

Tabla No. 26: Galpón y Construcciones

CANTIDAD	DETALLE	NO. DE HABITACIONES	VALOR UNITARIO \$	TOTAL
6 habitaciones	Simples	6	3.000,00	18.000,00
6 habitaciones	Dobles	6	3.000,00	18.000,00
1 Galpón de 900 metros de construcción	Galpón con piscina, sala de eventos, pequeña biblioteca, salón de gimnasio, jardín con huertos frutales.	1	20.000,00	20.000,00
1 Terreno	1 Has.	1	25.000,00	25.000,00
SUB TOTAL				81.000,00

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.4.2 Muebles

Que constituyen el inmobiliario que servirá para el desarrollo de las actividades cotidianas tanto del personal administrativo como operativo de la empresa, y para uso de los visitantes, como por ejemplo, escritorios, sillas camas, etc., que también están sujetos a desgaste por el número de años de vida útil para los que fueron fabricados, por tanto están sujetos a depreciación según van perdiendo su valor.

4.2.4.3 Equipos de Oficina

Constituyen todos los activos de uso personal como computadoras, sumadoras, impresoras, teléfono, etc., así como también los equipos de campo, por ejemplo binoculares, cámara, videocámara, etc., que se desgastan o van perdiendo valor mientras sirven para producir un determinado servicio, y comúnmente están diseñados para un número de años de vida útil.

4.2.4.4 Máquinas

Son aquellos equipos que se usan para desarrollar el trabajo mecánico de mayor fuerza, o magnitud por así decirlo, para complementar el proceso productivo, en la generación del bien o servicio, en este caso por ejemplo refrigeradoras, cocina industrial, entre otros.

4.2.4.5 Suministros de Oficina e Insumos

Estos ítems básicos, son inversiones donde se agrupan todos los valores que generan las actividades diarias en forma directa a la empresa, ellos garantizan la dotación del servicio; aquí se pueden agrupar varios como, enseres y papelería, accesorios de limpieza, etc., para que la empresa pueda desempeñar normal sus actividades todos los días de su labores.

Tabla No. 27: Monto en Adquisición de Activos

MUEBLES DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estaciones de Trabajo	3	170	510
Muebles de atención al Público	1	275	275
Mesas para recepciones	6	250	1.500
Sillas uso en Recepciones	50	24	1.200
Pizarra Liquida de 2 x 2	1	96	96
Archivador Vertical 3 gavetas	4	115	460
Estanterías para libros, etc.	3	220	660
Mesas pequeñas	2	100	200
Sillones de biblioteca	8	25	200
Extintor	2	50	100
Mapas: Vial y Geográfico	2	80	160
SUB TOTAL			5.361,00
EQUIPO DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Caja Registradora	1	125	125
Reloj de Pared	1	32	32
Televisor Daewoo 29 "	1	300	300
Mini Componente	1	370	370
TV Color 18" para dormitorios	12	160	1.920
Aspiradora	1	200	200
Tv Color 24" para Sala	1	720	720
SUB TOTAL			3.667,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras de escritorio	2	890	1.780
Impresoras Epson	2	169	338
Teléfono Fax	1	100	100
Computadora Portátil HP. PV.	1	1200	1.200
Sumadora	1	70	70
Caja Registradora	1	200	200
Teléfono Auxiliar	1	40	40
SUB TOTAL			3.728

EQUIPO DE CAMPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfonos Celulares	3	200	600
Binoculares	2	85	170
Videocámara	1	690	690
Cámara Digital	1	350	350
GPS	1	310	310
SUB TOTAL			2.120
MAQUINARIA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Refrigeradoras	1	350	350
Cocina Industrial	1	400	400
Extractores de aire	1	100	100
Trasformador Trifásico 3.500 vatios.	1	200	200
SUB TOTAL			1.050
TOTAL			15.926

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

Por concepto de mantenimiento y reparación de los activos fijos que se pudieran averiar durante su uso se prevé un valor para su reparación del 2% del monto total de activos valorado, incluyen construcciones y el galpón.

Tabla No. 28: Mantenimiento de Activos

SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO DE ACTIVOS	MONTO	ASIGNACIÓN ANUAL 2%
Monto Total de Activos Depreciación		89.511,26
Seguridad y Mantenimiento de Activos (2%)		1.790,23

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

Tabla No. 29: Suministros y Materiales de Oficina

SUMINISTROS Y MATERIALES DE LIMPIEZA	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Resma de papel (A: 4) Paquetes	2	500	3,50	7,00
Cartuchos para impresora		2	45,00	90,00
Recarga de cartuchos	2	5	4,50	22,50
Esferos 2 docenas	2	24	1,00	24,00
Tinta correctora		6	2,00	12,00
Porta Minas		6	1,50	9,00
Borradores "0,30 de queso y 0,50 de tinta"		10	0,80	8,00
Envase de plástico (2,20 grande + 1,30 pequeño)	C/Uno 4	8	1,75	14,00
Palillos de dientes; caja de 500 C/U "Oriental"	5	500	4,20	21,00
Paq. de Fundas de basura grandes "Rhino"	4	100	12,00	48,00
Paq de Fundas de basura pequeñas "Rhino"	4	200	12,00	48,00
Guantes de baño "León" Docenas	4	48	1,50	72,00
Desinfectante "Klipto de 4 kilos"		4	8,00	32,00
Ambientales Tips		24	1,30	31,20
Ajax Cloro (galón de 3,785)	Galón	2	6,00	12,00
Ajax Cloro con Aroma (galón de 3,785)	Galón	2	5,50	11,00
Envases para alimentos turísticos de camping	Doc. 85	1.020	0,80	816,00
Envase de plástico (2,20 grande.+ 1,30pequeño)	C/Uno 4	8	1,75	14,00
Servilletas paquete de 1,200	1 paquete	1.200	0,08	100,00
Lava vajillas "Acción 500 grs."	tarrina	24	1,00	24,00
Estropajos de ollas 0,80 y platos 0,35	Doc. 2	24	0,58	27,60
SUBTOTAL			114,76	1443,30

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.4.6 Menaje

En el presente caso estaría compuesta por varios ítems, como: manteles, cubre camas, cortinas, utensilios varios de cocina y de mesa, también para el proyecto se complementaría con: camas, cobijas, sabanas, almohadas, etc., que servirían para dar un servicio integral por parte de la Operadora Turística, como se detalla a continuación.

Tabla No. 30: Menaje

MENAJE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Camas Simples de Plaza y Media	18	130	2.340
Camas Literas de Plaza y Media "2 pisos"	6	200	1.200
Colchones Plaza y Media)	35	120	4.200
Sábanas Docenas	5	96	480
Almohadas Docenas	4	52	208
Cobijas Docenas	4	240	960
Cubrecamas Docenas	4	300	1.200
SUB TOTAL			10.588

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

Tabla No. 31: Manteles y Blandos

MANTELES Y BLANDOS	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL EN \$
Manteles de mesa	3	36	40,0	120
Manteles de cocina grandes	1	12	30,0	30,0
Manteles de cocina medianos	1	12	18,0	18,0
Manteles de cocina pequeños	1	12	16,0	16,0
Guantes de Tela para Cocina, diferente. Tamaño	1	6	5,0	30,0
Individuales	3	36	1,5	54,0
Mandiles varios tamaños		4	6,9	27,6
Cortinas Medianas (4 docenas)	4	48	150,0	600,0
SUBTOTAL				895,6

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.4.7 Enseres

Formaran parte todos los activos comúnmente transitorios que sirven para complementar las actividades de la empresa, y que al igual que los demás activos se desgastan según van transfiriendo valor en el proceso de creación de un bien o prestación de un servicio, entre ellos podemos anotar los siguientes.

Tabla No. 32: Enseres

ENSERES (MATERIALES DIRECTOS)	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Juego de ollas (6 grandes, 4 medianos, 2 pequeñas)	1	12	5,00	60,00
Juego de vajillas (plato grande+ pequeño+ cubiertos)	Doc. 5	60	5,00	300,00
Pailas 1 grande 18; y 1 mediana 10.		2	14,00	28,00
Sartén 2 medianos de teflón		2	12,00	24,00
Tachos de basura grande		2	35,00	70,00
Tacho de basura para comedor		2	8,00	16,00
Tacho de basura mediano p" sanitario, etc.		3	5,00	15,00
Floreros		20	3,00	60,00
Envases de cristal 3 Kilos.		4	2,69	10,76
Vasos para las bebidas	Doc. 6	60	2,50	150,00
Secador de manos		2	25,00	50,00
Porta servilletas + envases de ají + envases para salsas	4	14	2,00	28,00
Licuada UMCO con vaso grande		2	45,00	90,00
Dispensador de Agua para el comedor		2	8,00	16,00
Dispensador de Papel de baño "rollos"		20	2,03	40,60
Dispensador de Jabón de baño "paquetes"		16	4,50	72,00
Ayudante de cocina completo 12 piezas	1 Juego	12	2,50	30,00
Escobas		3	3,50	10,50
Recogedor de basura		4	4,00	16,00
Trapeador		4	3,70	14,80
SUBTOTAL			192,42	1101,66

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.4.8 Materias Primas

Las materias primas son los productos de origen vegetal, animal o mineral que pueden ser transformados y utilizados por la industria para generar otros productos o servicios.

“Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto o servicio final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto o servicio final”.⁴⁶

La materia prima debe ser perfectamente identificable y medible, para poder determinar su nivel de participación en el costo final de un producto, en el presente caso se considera “un estimado”

⁴⁶ <http://www.gerencie.com/materia-prima.html>

entre temporada alta y baja para cubrir con una demanda de 240 días, de labores escaladas (se hace hincapié que la operadora trabajará todo el año) con vistas masivas en temporada alta y regulares en temporada baja y en ocasiones tendrá que descansar en temporadas bajas pocos días si el caso lo amerita y es característico del sector turismo en Ecuador sobre la base del tamaño del mercado insatisfecho previsto, como demanda para la Operadora Turística, como se detallan las que serán requeridas para brindar el servicio en el presente proyecto.

Tabla No. 33: Materias Primas

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR X DÍA \$	VALOR X MES \$	VALOR ANUAL \$
Arroz	Kg	4,50	0,80	3,60	72,00	864,00
Papas	Kg	4,50	0,40	1,80	36,00	432,00
Aceite el Cocinero	Lt	1,50	1,70	2,55	51,00	612,00
Azúcar	Kg	3,50	0,57	2,00	39,90	478,80
Sal	Kg	0,50	0,24	0,12	2,40	28,80
Queso	Kg	1,20	2,00	2,40	48,00	576,00
Pansa o guatita	Kg	1,70	1,50	2,55	51,00	612,00
Maní	Kg	1,00	1,70	1,70	34,00	408,00
Cebolla blanca	Kg	1,00	0,56	0,56	11,20	134,40
Cebolla paiteña	Kg	1,25	1,50	1,88	37,50	450,00
Ajo	Kg	0,25	0,70	0,18	3,50	42,00
Pollo de 2,5 kilos c/u	Kg	3,00	1,25	3,75	75,00	900,00
Carne de Res	Kg	3,00	2,00	6,00	120,00	1440,00
Carne de Chanco	Kg	3,00	1,60	4,80	96,00	1152,00
Hígado	Kg	1,50	0,70	1,05	21,00	252,00
Menudencia de borrego	Kg	2,00	0,60	1,20	24,00	288,00
Chorizo	Kg	1,70	1,80	3,06	61,20	734,40
Huevos	Und.	15,00	0,10	1,50	30,00	360,00
Tomate riñón	Kg	1,00	1,80	1,80	36,00	432,00
Limones	Kg	0,50	1,00	0,50	10,00	120,00
Cuero	Kg	1,00	1,50	1,50	30,00	360,00
Culantro	Kg	0,25	0,38	0,10	1,90	22,80
Perejil	Kg	0,25	0,38	0,10	1,90	22,80
Ají	Kg	0,25	1,00	0,25	5,00	60,00
Harina YA	Kg	0,25	2,06	0,52	10,30	123,60
Fideos tallarín	Kg	1,50	0,57	0,86	17,10	205,20
Cubos de Caldos Maggi	Kg	0,12	3,50	0,42	8,40	100,80
Orégano	Kg	0,25	0,60	0,15	3,00	36,00
Chochos	Kg	1,00	1,00	1,00	20,00	240,00
Pimiento	Kg	0,50	0,60	0,30	6,00	72,00
Pepinillo	Kg	0,50	0,73	0,37	7,30	87,60
Lenteja	Kg	1,50	1,24	1,86	37,20	446,40
Mote	Kg	1,50	1,00	1,50	30,00	360,00
Manteca la Reina	Kg	1,50	1,80	2,70	54,00	648,00
Salsa de tomate	Kg	0,50	1,00	0,50	10,00	120,00
Mayonesa	Kg	0,50	1,28	0,64	12,80	153,60
Mostaza Maggi	Kg	0,50	1,25	0,63	12,50	150,00
Lechuga	Kg	1,00	0,90	0,90	18,00	216,00
Brócoli	Kg	1,25	1,50	1,88	37,50	450,00
Especies varios tipos	Kg	0,25	1,00	0,25	5,00	60,00
Pulpa de papaya	Kg	0,50	1,00	0,50	10,00	120,00
Pulpa de tomate de árbol	Kg	0,50	1,25	0,63	12,50	150,00
Pulpa de mango	Kg	0,50	1,15	0,58	11,50	138,00
SUBTOTAL				61,08	1221,60	14659,20

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.4.9 Depreciación de Activos Fijos

Es la pérdida de valor por el desgaste físico que sufren los activos fijos con el transcurso del tiempo en el proceso de su vida útil, que al final llega a un valor hipotéticamente cero, excepto por la revalorización de activos que contemplan las Leyes ecuatorianas, determinan que al final de la vida útil de los mismos, de conservarse en buen estado se los puede revalorizar sobre un precio residual para venderlos y así recuperar una parte del monto que se pagó, por lo tanto dependerá del talento del gerente para ir aprovisionando del monto de ahorro respectivo que se requiere para en la cuenta corriente de la empresa reponer los mismos al final de la vida útil.

Para su cálculo ha sido necesario optar por el método de depreciación de Línea Recta, debido a la naturaleza propia del desgaste de los activos, como; equipos, maquinarias y demás.

4.2.4.10 Método de la Línea Recta

El método para la depreciación de línea recta supone que el activo se desgasta por igual durante cada periodo contable. Éste se usa con frecuencia por muy sencillo su cálculo, se basa en el número de años de vida útil del activo, de acuerdo a su planteamiento:

Puesto que las habitaciones fueron construidas años atrás, se considera el valor residual presente, con el que empezará a funcionar el proyecto, dividido para el resto de su vida útil, para obtener su depreciación anual acumulada.

Fórmula de Cálculo para las depreciaciones en base a la Línea Recta;

Por ejemplo: La depreciación de maquinarias que para el año/09, tomando en cuenta que es un activo que se deprecia en 10 años.

$$\text{Valor Anual} = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\# \text{ Años de Vida Útil}}$$

Tabla No. 34: Depreciación y Amortización de Activos

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE LA INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA									
Cifras en Dólares Americanos									
CONCEPTO	INVERSIÓN INICIAL	TASA DEPRE C. ANUA	AÑOS	DEPRECIACIÓN/ AMORTIZACIÓN ANUAL					VALORES EN LIBROS AL
				2013	2014	2015	2016	2017	
DEPRECIACIÓN									
Galpón	20000.00	5%	20	1,000.00	2,000.00	3,000.00	4,000.00	5,000.00	15,000.00
Habitaciones	36000.00	5%	20	1,800.00	3,600.00	5,400.00	7,200.00	9,000.00	27,000.00
Muebles y Equipos de Oficina				-	-	-	-	-	-
Enseres y materiales directos	1101.66	10%	10	110.17	220.33	330.50	440.66	550.83	550.83
Estaciones de Trabajo	510.00	10%	10	51.00	102.00	153.00	204.00	255.00	255.00
Muebles de atencion al público	275.00	10%	10	27.50	55.00	82.50	110.00	137.50	137.50
Mesa para recepciones	1500.00	10%	10	150.00	300.00	450.00	600.00	750.00	750.00
Sillas uso en recepción	1200.00	10%	10	120.00	240.00	360.00	480.00	600.00	600.00
Pizarra Liquida de 2x2	96.00	10%	10	9.60	19.20	28.80	38.40	48.00	48.00
Archivador vertical 3 gavetas	460.00	10%	10	46.00	92.00	138.00	184.00	230.00	230.00
Estanterías para libros, etc.	660.00	10%	10	66.00	132.00	198.00	264.00	330.00	330.00
Mesas pequeñas	200.00	10%	10	20.00	40.00	60.00	80.00	100.00	100.00
Sillones de biblioteca	200.00	10%	10	20.00	40.00	60.00	80.00	100.00	100.00
Extintor	100.00	20%	5	20.00	40.00	60.00	80.00	100.00	-
Mapas: Vial y Geográfico	160.00	20%	5	32.00	64.00	96.00	128.00	160.00	-
Caja Registradora	125.00	10%	10	12.50	25.00	37.50	50.00	62.50	62.50
Reloj de Pared	32.00	10%	10	3.20	6.40	9.60	12.80	16.00	16.00
Televisor Daewoo 29"	300.00	20%	5	60.00	120.00	180.00	240.00	300.00	-
Mini Componente	370.00	20%	5	74.00	148.00	222.00	296.00	370.00	-
TV Color 18" para dormitorios	1920.00	20%	5	384.00	768.00	1,152.00	1,536.00	1,920.00	-
Aspiradora	200.00	20%	5	40.00	80.00	120.00	160.00	200.00	-
TV Color 24" para sala	720.00	20%	5	144.00	288.00	432.00	576.00	720.00	-
Equipo de Computación				-	-	-	-	-	-
Computadoras de escritorio	1780.00	33.33%	3	593.33	1,186.67	1,780.00	-	-	0.00
Impresora Epson	338.00	33.33%	3	112.67	225.33	338.00	-	-	0.00
Teléfono Fax	100.00	33.33%	3	33.33	66.67	100.00	-	-	0.00
Computadora Portátil HP. PV.	1200.00	33.33%	3	400.00	800.00	1,200.00	-	-	0.00
Sumadora	70.00	33.33%	3	23.33	46.67	70.00	-	-	0.00
Caja Registradora	200.00	33.33%	3	66.67	133.33	200.00	-	-	0.00
Teléfono Auxiliar	40.00	33.33%	3	13.33	26.67	40.00	-	-	0.00
Menaje y Lencería									
Camas Simples de Plaza y Media	2340.00	10%	10	234.00	468.00	702.00	936.00	1170.00	1,170.00
Camas Literas de Plaza y Media"2 pisos"	1200.00	10%	10	120.00	240.00	360.00	480.00	600.00	600.00
Colchones Plazas y Media	4200.00	10%	10	420.00	840.00	1260.00	1680.00	2100.00	2,100.00
Sábanas Docenas	480.00	10%	10	48.00	96.00	144.00	192.00	240.00	240.00
Almohadas Docenas	208.00	10%	10	20.80	41.60	62.40	83.20	104.00	104.00
Cobijas Docenas	960.00	10%	10	96.00	192.00	288.00	384.00	480.00	480.00
Cubrecamas Docenas	1200.00	10%	10	120.00	240.00	360.00	480.00	600.00	600.00
Manteles	184.00	10%	10	18.40	36.80	55.20	73.60	92.00	92.00
Guantes de Tela para cocina	30.00	10%	10	3.00	6.00	9.00	12.00	15.00	15.00
Individuales	53.60	10%	10	5.36	10.72	16.08	21.44	26.80	26.80
Mandiles	28.00	10%	10	2.80	5.60	8.40	11.20	14.00	14.00
Cortinas medianas (4 docenas)	600.00	10%	10	60.00	120.00	180.00	240.00	300.00	300.00
Maquinaria y Equipo				-	-	-	-	-	-
Refrigeradora	350.00	10%	10	35.00	70.00	88.00	106.00	124.00	226.00
Cocina Industrial	400.00	10%	10	40.00	80.00	98.00	116.00	134.00	266.00
Extractores de aire	100.00	10%	10	10.00	20.00	38.00	56.00	74.00	26.00
Transformadores Trifásico 3.500 varios	200.00	10%	10	20.00	40.00	58.00	76.00	94.00	106.00
Teléfonos celulares	600.00	10%	10	60.00	120.00	138.00	156.00	174.00	426.00
Binoculares	170.00	10%	10	17.00	34.00	52.00	70.00	88.00	82.00
Videocámaras	690.00	10%	10	69.00	138.00	156.00	174.00	192.00	498.00
Cámara Digital	350	10%	10	35.00	70.00	88.00	106.00	124.00	226.00
GPS	310	10%	10	31.00	62.00	80.00	98.00	116.00	194.00
TOTAL DEPRECIACIÓN	23368.60			6,897.99	13,795.99	20,538.98	22,311.30	27,811.63	52,971.63
AMORTIZACIÓN									
Gastos de Constitución	1052.00	20%	5	210.40	420.80	631.20	841.60	1052.00	0.00
Gastos de Licencias	325.00	20%	5	65.00	130.00	195.00	260.00	325.00	0.00
TOTAL AMORTIZACIÓN	1377.00			275.40	550.80	826.20	1101.60	1377.00	0.00
DEPRECIACIÓN + AMORTIZACIÓN	24745.60			7,173.39	14,346.79	21,365.18	23,412.90	29,188.63	52,971.63

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.4.11 Activos Intangibles

“Se definen a los Activos Intangibles como el conjunto de bienes inmateriales, como; capital intelectual, administración y economía del conocimiento, representados en derechos, privilegios o ventajas de competencia que son valiosos porque contribuyen a un aumento en ingresos o utilidades por medio de su empleo en el ente económico; estos derechos se compran o se desarrollan en el curso normal de los negocios”⁴⁷.

Por regla general, ellos no se deprecian sino se amortizan y difieren valor, que son recuperables gradualmente durante su aprovechamiento.

Los siguientes ítems concentran las erogaciones en cuanto a este propósito se refiere.

4.2.4.12 Requerimientos de Personal

El grupo de personas a trabajar en la operadora estará conformado así; un gerente, un jefe de operaciones, un guía turístico, un contador externo, una persona para la cocina y una persona para mantenimiento y limpieza de las instalaciones.

Tabla No. 35: Remuneraciones

CARGO	REMUNERACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	750,00	11.296,50	12.291,72	13.374,62	14.552,93	15.835,04
Jefe de Operaciones	650,00	9.810,30	10.674,59	11.615,02	12.638,30	13.751,74
Contador Bachiller	520,00	7.878,24	8.572,31	9.327,53	10.149,29	11.043,44
Cocinera	318,00	4.876,12	5.305,70	5.773,13	6.281,75	6.835,17
Mantenimiento y Limpieza	318,00	4.876,12	5.305,70	5.773,13	6.281,75	6.835,17
SUBTOTAL		38.737,27	42.150,03	45.863,44	49.904,01	54.300,56

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.5 Gastos Administrativos

Son los gastos que se incurren diariamente en la empresa para su funcionamiento cotidiano comúnmente no intervienen en el proceso productivo, pero son esenciales para la conformación formal de la operadora turística.

Primeramente señalaremos los gastos de constitución, como pago de escrituras de constitución a abogados, cuenta de integración de capital, y otros seguidos luego de licencias, como se detalla en el siguiente cuadro.

Para la cuenta de “integración de capital” se prevé un valor de \$ 400,00 dólares

⁴⁷ <http://www.gerencie.com/activos-intangibles.html>

Tabla No. 36: Gastos de Constitución y Licencias

DETALLE GASTOS DE CONSTITUCIÓN	VALOR
Honorarios Abogados	700
Escrituras de la Empresa	200
Publicación comercio constitución de la empresa.	80
Inscripción en el Registro Mercantil	70
Inscripción del Registro Único de Contribuyentes	2
SUBTOTAL	1.052
DETALLES GASTOS DE LICENCIAS	VALOR
Permiso Municipal	50
Registro Sanitario	213
Marcas	62
SUBTOTAL	325

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.5.1 Gastos en Servicios Básicos

El gasto es la erogación en que se incurre para complementariedad de los servicios que dota la empresa y bien pueden estar en el proceso de gestión para maniobrar la venta de los servicios de la empresa o negocio, entre ellos se pueden anotar los siguientes.

Tabla No. 37: Gastos en Servicios Básicos

CANTIDAD	DETALLE	COSTO	TOTAL \$
10 Mts. 3	Servicio de Agua Potable	32	384
285 Kws.	Consumo Energía. Eléctrica al mes	38	456
	Inscripción Línea Telefónica 1	80	80
	Inscripción Línea Telefónica 2	80	80
20 horas promedio x Mes	Consumo Teléfono 1	30	360
20 horas promedio x Mes	Consumo Teléfono 2	30	360
	Inscripción Socio de Internet (Instalación Modem)	50	50
Consumo x mes	Socio Internet Banda Ancha ilimitada 128x64 KW. (CNT)	20	239
SUBTOTAL			2.009

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.5.2 Suscripciones

Constituyen los valores destinados a promocionar los servicios de la operadora por medio de terceras personas, es decir servicios que prestan otros entes públicos y privados que colaboran en la promoción y venta de los servicios que se prestan, como por ejemplo; Cámara de Turismo de

Quito, Ministerio de Turismo, Quito Turismo, generalmente estas entidades son entes especializados en la materia, entre ellos se anotan en el cuadro siguiente los que se requerirán.

Tabla No. 38: Suscripciones

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	MES	TOTAL \$
Publicidad: Revista de Turismo	6	10	0	60
Suscripciones al Ministerio de Turismo	1	25	25	300
Suscripciones a Quito Turismo	1	35	35	420
SUBTOTAL			100	780

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.5.3 Gastos de Promoción y Propaganda

Es un egreso muy importante del cual hoy en día ninguna empresa comercial pueda dejar de prescindir si desea tener acogida de su producto, y en el presente caso su servicio, incluso muchas invierten importantes sumas de dinero en esta forma de comercializar.

En este rubro se agrupan todas las cuentas que sirven para la promoción directa o indirecta del producto que garantice su demanda, y a la vez se lo conozca en el mercado entre ellos están; tarjetas de presentación, banner, letreros, por la naturaleza del gastos en el presente acápite se incluye papelería.

Tabla No. 39: Gastos de Promoción

GASTOS PROMOCIÓN Y PROPAGANDA	CANTIDAD	VALOR \$ ANUAL
Dípticos	1.000	65
Trípticos	2.000	80
Folletos Informativos Operadora de Turismo	500	70
Letrero o Banners Sitios Estratégicos	5	200
Sellos para contabilidad	2	18
Programa de Páginas Web	1	400
Hojas volantes, 6 veces al año	300	90
Dos sellos de gerencia y 2 de la Cía.	3	24
Hojas con Logotipo 35x1000	3.000	330
Facturas	4.000	400
Comprobantes	4.000	400
Tarjetas de presentación	3.000	100
SUBTOTAL		2.657

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.6 Gastos Financieros

El Turismo es uno de los proyectos especiales priorizados por el Gobierno Nacional y la Corporación Financiera Nacional. Su objetivo es estimular la inversión productiva responsable y rentable en el sector de Turismo como un factor de desarrollo y crecimiento económico, que estimule la generación de empleo, dinamice las economías locales y orientadas a mejorar la posición competitiva del colectivo turístico de los destinos.

Como banca pública de desarrollo y empresarial financia los proyectos productivos innovadores de inversión turística que sean económicamente rentables, socialmente incluyentes y ambientalmente responsables, de gran impacto y que provoquen una cadena de valor en los territorios, así como también estimular proyectos de inversión turística que promueva el mejoramiento continuo del funcionamiento de los negocios turísticos existentes, esto es, adecuaciones, renovaciones de las instalaciones y nuevos equipamientos que contribuyan a aumentar la calidad de la oferta existente y la modernización de sus establecimientos.

La Corporación Financiera Nacional CFN, como entidad crediticia del Estado respalda el crecimiento de los inversionistas del sector micro-empresarial, del que participa buena parte de las ramas y actividades económicas, con tasas de interés activa preferenciales para préstamos, más flexibles de las que otorga la banca privada, y que en buena parte son inaplicables por las exigentes garantías que deben cumplir los usuarios para acceder al mismo.

4.2.6.1 Condiciones del Crédito

Pertenece a la línea de créditos directo para micro empresarios, entre las que está el área de turismo, la tasa de interés activa del préstamo es del 10 %, uno de los requisitos más fuertes es que para acceder al préstamo; el cliente debe contar con una garantía del 120% del monto total del préstamo. Tienen la finalidad de estimular el crecimiento de varios “sectores estratégicos” de la economía, fijados por el gobierno.

Del crédito tipo micro-empresarial son beneficiarios finales; las personas naturales o jurídicas, o mixtas, legalmente establecidas en el país, en donde los ingresos de los recursos, mayoritariamente provengan de sus actividades.

4.2.6.2 Condiciones del Crédito y Destino del Crédito en el presente Caso

- Compra de Activos Fijos, maquinarias o equipos requeridos para el negocio.
- La empresa debe tener la respectiva Resolución de Constitución Jurídica, y abalizada por el Registro Mercantil.

- Contar con el RUC a nombre de la empresa.
- La lista actualizada de socios.
- Cédulas de identidad, y papeletas de votación del postulante y su conyugue.
- Someterse al análisis de los agentes de crédito de la CFN para la confirmación, de que es sujeto activo de crédito.

4.2.6.3 Plazos y Monto del Financiamiento:

* Plazo de pago, hasta 10 años, pero se contrata para 5 años plazo.

* Garantía de un bien inmueble de un valor del 125%, mayor al monto del préstamo.

* Asistencia Técnica financiera, para ayudar a administrar el proyecto los dos primeros años.

Este será concebido así:

Tabla No. 40: Condiciones del Crédito

CONDICIONES DEL CRÉDITO	
Monto	48.619,00
Plazo	5 años
Número de Pagos	10
Interés Anual	10%
Interés Período	2%
Cuota Fija Constante	6.605.76

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

Tabla No. 41: Tabla de Amortización de la Deuda

PERIODO	SALDO INSOLUTO	INTERÉS	RENTA	CAPITAL PAGADO	SALDO DEUDA FINAL PERÍODO
1	48,619.00	2,917.14	6,605.76	3,688.62	44,930.38
2	44,930.38	2,695.82	6,605.76	3,909.94	41,020.43
3	41,020.43	2,461.23	6,605.76	4,144.54	36,875.90
4	36,875.90	2,212.55	6,605.76	4,393.21	32,482.69
5	32,482.69	1,948.96	6,605.76	4,656.80	27,825.88
6	27,825.88	1,669.55	6,605.76	4,936.21	22,889.67
7	22,889.67	1,373.38	6,605.76	5,232.38	17,657.29
8	17,657.29	1,059.44	6,605.76	5,546.33	12,110.96
9	12,110.96	726.66	6,605.76	5,879.11	6,231.86
10	6,231.86	373.91	6,605.76	6,231.85	0.00

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.7 Capital de Trabajo

La inversión en el capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado.

Tabla No. 42: Capital de Trabajo

<u>CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO</u>				
<i>COSTO TOTAL=</i>	55,825	+	11,460	
<i>COSTO TOTAL=</i>	67,285			
<i>CAPITAL DE TRABAJO =</i>	<u>Costo Total-(Depreciaciones+Amortizaciones)*60</u>			
			365	
67,285	-	6898	*	60
	365			
3623241.6	=	9926.689315		
365				

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.7.1 Ingresos por Ventas Brutas

En el siguiente cuadro se sistematiza la información de ingresos por ventas brutas del servicio turístico, generadas anualmente de forma periódica, puesto que se tiene considerado que se trabajara todos los días del año, para ello se prevén todos los beneficios de ley de los empleados, con labores de 20 días al mes en promedio, puesto que habrá fechas donde el turismo en temporada baja es mínimo, habiendo por tanto que trabajar, con los pocos visitantes que lleguen y se hospeden en el complejo de la operadora turística.

Según el resultado de la información proporcionada por el estudio de mercado (pregunta 11 opción a, precio de \$ 52,00 x visitante), y puesto que la pequeña parroquia es monopolio de la competencia, la cual tiene cubierta toda su capacidad instalada con su oferta; aparte de ello no cuenta con planes de expansión, ni indicios de proyectos nuevos que vayan a funcionar en el lugar, y si a ello queda demostrado que la demanda insatisfecha es dinámicamente creciente en la parroquia con el pasar de los años como para generar el interés de invertir en el lugar, se considera justificable posesionarnos del 80% de la demanda insatisfecha durante el período de consolidación del proyecto según nuestros cálculos.

De otro lado se considera también que de los ingresos brutos generados por el proyecto, se deberá restar el monto respectivo por promociones como son: un descuentos del 5% y las comisiones a terceras personas por alianzas estratégicas que es del 9%.

Tabla No. 43: Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD A CUBRIR POR GRUPO MARTÍNEZ CIA. LTDA.	PRECIO ESTIMADO POR VISITANTE	DESCUENTOS	COMISIONES	INGRESO LIQUIDO POR VENTAS
	N° DE TURISTAS	80%	\$ 52.00	5%	9%	\$
2013	4,279.00	3,423.20	178,006.40	8,900.32	801.03	169,907.11
2014	4,620.00	3,696.00	192,192.00	9,609.60	864.86	183,447.26
2015	4,962.00	3,969.60	206,419.20	10,320.96	928.89	197,027.13
2016	5,303.00	4,242.40	220,604.80	11,030.24	992.72	210,567.28
2017	5,644.00	4,515.20	234,790.40	11,739.52	1,056.56	224,107.44
TOTAL						985,056.22
2018	5,986.00	4,788.80	249,017.60	12,450.88	1,120.58	237,687.30
TOTAL						1,222,743.52

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.8 Estados Financieros

Los estados financieros son datos de resultados, que proporcionan información para la toma de decisiones en salvaguarda de los intereses de la empresa, en tal sentido la precisión y la veracidad de la información que arrojen los mismos es importante. Entre los estados financieros más importantes tenemos, el estado de Situación Inicial y el de Pérdidas y Ganancias claves para llegar a deducciones coherentes para tomar decisiones de inversión como del presente caso.

4.2.8.1 Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial, también llamado Balance General o Balance de Situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El Estado de Situación Financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

El activo incluye todas aquellas cuentas que reflejan los valores de los que dispone la entidad. Todos los elementos del activo son susceptibles de traer dinero a la empresa en el futuro, bien sea mediante su uso, su venta o su cambio. Por el contrario, el pasivo muestra todas las obligaciones

ciertas del ente y las contingencias que deben registrarse. Estas obligaciones son, naturalmente, económicas: préstamos, compras con pago diferido, pago de dividendos, etc.

El patrimonio neto es el activo menos el pasivo y representa los aportes de los propietarios o accionistas más los resultados no distribuidos. El patrimonio neto o capital contable muestra también la capacidad que tiene la empresa de autofinanciarse.

Tabla No. 44: Estado de Situación Inicial

ESTADO PROFORMA DE SITUACIÓN-BALANCE GENERAL					
Cifras en Dólares					
CONCEPTO/AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Bancos	(39,124.20)	66,434.59	69,477.14	75,723.89	142,410.88
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	(39,124.20)	66,434.59	69,477.14	75,723.89	142,410.88
ACTIVO NO CORRIENTE					
Habitaciones	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
Galpón	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
Terrenos	25,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Muebles y Equipos de Oficina	10,129.66	10,129.66	10,129.66	10,129.66	10,129.66
Equipo de Computación	3,728.00	3,728.00	3,728.00	3,728.00	3,728.00
Menaje y Lencería	11,483.60	11,483.60	11,483.60	11,483.60	11,483.60
Maquinaria y Equipo	3,170.00	3,170.00	3,170.00	3,170.00	3,170.00
SUBTOTAL	109,511.26	89,511.26	89,511.26	89,511.26	89,511.26
Depreciación	6,897.99	13,795.99	20,538.98	22,311.30	27,811.63
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	102,613.27	75,715.27	68,972.28	67,199.96	61,699.63
ACTIVO DIFERIDO					
Gastos de Constitución	1052.00	1052.00	1052.00	1052.00	1052.00
Gastos de Licencias	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00
SUBTOTAL	1377.00	1377.00	1377.00	1377.00	1377.00
Amortización	275.40	550.80	826.20	1101.60	1377.00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	1652.40	826.20	550.80	275.40	0.00
TOTAL ACTIVOS	65,141.47	142,976.07	139,000.22	143,199.24	204,110.51
PASIVOS					
Préstamo Bancario	44,930.38	36,875.90	27,825.88	17,657.29	6,231.86
Interés por Pagar	5,612.96	4,673.78	3,618.51	2,432.82	1,100.57
TOTAL PASIVOS	50,543.34	41,549.68	31,444.39	20,090.11	7,332.43
PATRIMONIO					
Capital Social	13,791.96	34,991.80	38,078.69	47,385.25	117,265.52
Utilida Neta	806.18	66,434.59	69,477.14	75,723.89	79,512.56
TOTAL PATRIMONIO	14,598.13	101,426.39	107,555.83	123,109.14	196,778.08
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	65,141.47	142,976.07	139,000.22	143,199.24	204,110.51

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.8.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de resultados, Estado de rendimiento económico o Estado de pérdidas y ganancias, es un instrumento financiero que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio proyectado.

Este estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al registro del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

La primera parte consiste en analizar todos los elementos que entran en la compra-venta de mercancía hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio en ventas. Esto quiere decir la diferencia entre el precio de costo y de venta de las mercancías vendidas

Tabla No. 45: Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO PROYECTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Cifras en dólares					
CONCEPTO	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS BRUTOS POR SERVICIOS	169.907	183.447	197.027	210.567	224.107
- COSTOS Y GASTOS DE VENTA	95.777				
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	74.130	183.447	197.027	210.567	224.107
- COSTOS DE OPERACIÓN	55.825	58.678	61.676	64.828	68.141
MATERIA PRIMA	14.659	15.408	16.196	17.023	17.893
MANO DE OBRA	38.737	40.717	42.797	44.984	47.283
MATERIALES INDIRECTOS	2.429	2.553	2.683	2.820	2.965
Materiales de Aseo	420	441	464	487	512
SUMINISTROS Y SERVICIOS	2.009	2.112	2.220	2.333	2.452
Energía eléctrica	456	479	504	530	557
Agua	384	404	424	446	469
Teléfono / Internet	1.169	1.229	1.292	1.358	1.427
= UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	18.305	124.769	135.351	145.739	155.967
- GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES	11.460	18.591	25.579	27.609	33.380
GASTOS PROMEDIO Y PROPAGANDA	3.457	3.634	3.819	4.015	4.220
GASTOS EN SUSCRIPCIONES	780	820	862	906	952
GASTOS EN LICENCIAS	325	342	359	378	397
DEPRECIACIÓN	6.898	13.796	20.539	22.311	27.812
- GASTOS FINANCIEROS	5.613	4.674	3.619	2.433	1.101
INTERES DE LA DEUDA	5.613	4.674	3.619	2.433	1.101
= UTILIDAD ANTES DE PARTIC. TRABAJADORES	1.232	101.504	106.153	115.697	121.486
- PARTICIPACIÓN TRABAJADORES 15%	185	15.226	15.923	17.355	18.223
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO RENTA	1.047	86.279	90.230	98.343	103.263
- IMPUESTO RENTA 23%	241	19.844	20.753	22.619	23.751
= UTILIDAD / PERDIDA NETA	806	66.435	69.477	75.724	79.513
NOTAS * Se considera una inflación del 5.11% * Para el cálculo de Interés de la deuda se tomó una tasa de interés nominal del 2% (anual 10%)					

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Cristina Martínez

4.2.9 Flujo Neto de Caja

El flujo de fondos tiene relación con las entradas y salidas de dinero durante los períodos de vida útil del proyecto, con el objetivo de medir la capacidad de generar dinero en la normal actividad de la empresa y la manera como se emplearan dichos recursos económicos.

El flujo de caja representa el remanente de fondos obtenido de la diferencia entre los ingresos y los egresos realizados por una empresa en un período determinado. Se sumarán las depreciaciones y amortizaciones porque son cargos contables que no representan desembolsos de dinero, más bien son un mecanismo que facilita a recuperar el dinero de la inversión. Como se muestra a continuación el flujo de caja que genera el proyecto;

Tabla No. 46: Flujo del Efectivo

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO						
Cifras en dólares americanos						
CONCEPTO/AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
A.FLUJO DE BENEFICIOS						
1.Ventas		169,907.11	183,447.26	197,027.13	210,567.28	224,107.44
2.Valor Residual A. Fijos						52,971.63
3.Recup. Capital de Trabajo						9,926.69
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		169,907.11	183,447.26	197,027.13	210,567.28	287,005.76
B.FLUJO DE COSTOS						
1.Costos Operativos		48,927.28	44,881.96	41,137.41	42,516.74	40,329.13
2.Gastos Administrativ. Y Generales		11,460.08	18,591.20	25,579.23	27,609.11	33,380.15
3.Gastos Financieros		5,612.96	4,673.78	3,618.51	2,432.82	1,100.57
4.Depreciación y Amortización		6,897.99	13,795.99	20,538.98	22,311.30	27,811.63
4.Costos y Gastos de Ventas		95,777.05	0.00	0.00	0.00	0.00
5.Inv. Activos Fijos	89,511.26					
6.Inv. Activos Diferidos	1,377.00					
7.Inv. Capital de Trabajo	9,926.69					
TOTAL FLUJO DE COSTOS	100,814.95	168,675.37	81,942.92	90,874.12	94,869.97	102,621.48
FLUJO FON. ECONÓMICO(A-B)	(100,814.95)	1,231.74	101,504.34	106,153.00	115,697.31	184,384.27
MAS						
1.Crédito	48,619.00					
MENOS						
2.Amortización de deuda		44,930.38	41,020.43	32,482.69	22,889.67	12,110.96
3. 15% Trabajadores		184.76	15,225.65	15,922.95	17,354.60	18,222.89
4. 23% Impuesto a la Renta		240.81	19,844.10	20,752.91	22,618.82	23,750.50
FLUJO NETO	(52,195.95)	(44,124.20)	66,434.59	69,477.14	75,723.89	142,410.88
FACTOR TMAR	1.00	0.91	0.83	0.76	0.69	0.63
FLUJO DESCONTADO	(52,195.95)	(40,244.62)	55,265.77	52,715.08	52,403.08	89,887.24
VAN	91,757.53					
TIR	0.51					

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.3 PLAN DE INVERSIONES

Para realizar la inversión se usó recursos propios equivalentes al 56% de las inversiones totales, que corresponde al valor del terreno, galpón y construcción de habitaciones, en tanto para las demás erogaciones se acudió en parte a un préstamo de la CFN, que ayudaría a establecer el proyecto con un porcentaje del 44%, generalmente que cubriría las otras erogaciones de capital, para realizar las compras necesarias.

Tabla No. 47: Cronograma de Inversiones

CALENDARIO DE INVERSIONES								
INVERSIONES	INSTANCIAS O MOMENTOS DE TIEMPO (Meses)							
		-6	-5	-4	-3	-2	-1	0
ACTIVOS FIJOS								
Terreno	25000,00							25000,00
Galpón	20000,00							20000,00
Habitaciones	36000,00							36000,00
Muebles y Equipos de Oficina		10.129,66						10.129,66
Equipo de computación			3.728,00					3.728,00
Menaje y Lencería				11.483,60				11483,60
Maquinaria y equipo					3.170,00			3170,00
Total Activos Fijos								109511,26
ACTIVOS DIFERIDOS								
Gastos de Constitución							1052,00	1052,00
Gastos de Licencias						325,00		325,00
Total Activos Diferidos								1377,00
CAPITAL DE TRABAJO							9926,69	9926,69

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

4.3.1 Evaluación Financiera

Son los indicadores que permiten avaluar financieramente el proyecto para determinar los valores reales de renta económica descontados por la inflación y otras cargas, de forma que reflejen en el tiempo el verdadero valor del dinero, y a través de estos valores saber cuál es la ganancia y la seguridad financiera de llegar a ejecutarlo.

4.3.2 Determinación de la Tasa de Descuento

Es el descuento de los flujos de capital considerando las variables intrínsecas para llegar al valor actual, representa el costo del capital invertido y el costo alternativo de los recursos.

Para la elaboración de este proyecto por contar con financiamiento se toma en cuenta una TMAR mixta, la misma que está formada por dos capitales el propio, es decir el de los socios y el otorgado por la institución financiera (CFN). Se calcula a partir de una TMAR sin financiamiento con la siguiente fórmula:

$$TMAR = TASA PASIVA + INFLACION + RIESGO PAÍS$$

Tabla No. 48: TMAR sin financiamiento

TMAR SIN FINANCIAMIENTO	
TASA PASIVA	4,53%
INFLACIÓN	5,11%
RIESGO PAÍS	8,26%
	17,90%

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

Para luego llegar a la TMAR mixta en base a:

TMAR MIXTA = (% capital propio) * (costo capital propio) + (%capital prestado)*(costo Capital prestado)

Tabla No. 49: TMAR con financiamiento

	VALOR	% DE APORTACIÓN	TASA INDIVIDUAL (COSTO DEL CAPITAL)	COSTO DEL CAPITAL	PONDERACIÓN (TMAR MIXTA)
INTERNA	5000	9,33%	17,90%	1,67%	12,55%
EXTERNA	48619	90,67%	12%	10,88%	

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

La tasa mínima aceptable de rendimiento, se la obtuvo tomando en consideración los porcentajes del financiamiento de la inversión, correspondiendo al capital ajeno el 91% y al capital propio el 9%; dando un 12.55% que el inversionista la considera como la que permitirá la operación, mantenimiento y el pago de la deuda con el fin de cubrir sus expectativas.

4.3.3 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto de un proyecto puede ser definido como la sumatoria de los valores actualizados (a una tasa mínima de rendimiento), a una tasa pertinente para una inversión realizada, obtenida del flujo neto de fondos menos la inversión inicial incurrida.

Tabla No. 50 Criterios De Decisión

VALOR	SIGNIFICADO	DECISIÓN A TOMAR
VAN>0	La inversión producirá ganancias	El proyecto es recomendable y convendrá llevarlo a efecto puede aceptarse
VAN<0	La inversión producirá pérdidas	El proyecto no es recomendable y debería rechazarse
VAN=0	La inversión no producirá ni pérdidas ni ganancias	El proyecto no agrega valor monetario y la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Los Autores.

El Valor Actual Neto se calcula de la siguiente manera:

$$VAN = \sum_{n=0}^n \frac{FN}{(1+i)^n}$$

FN= Flujo Neto

i= Tasa de Interés

n= Número de años

Basando en la Tabla No.47 que es el Flujo De Caja Del Proyecto se obtiene a través de la aplicación de la fórmula el siguiente cuadro:

Tabla No. 51: Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DEL PROYECTO	-52.195,95	-44.124,20	66.434,59	69.477,14	75.723,89	142.410,88
FACTOR (1+i)	$1 + 0.1255^0$	$1 + 0.1255^{-1}$	$1 + 0.1255^{-2}$	$1 + 0.1255^{-3}$	$1 + 0.1255^{-4}$	$1 + 0.1255^{-5}$
FLUJO DESCONTADO	-52.195,95	-39.204,02	52.444,74	48.730,78	47.189,80	78.851,91
VAN	\$ 68.476,68					

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

El Valor Actual Neto del Flujo de Caja es 68.476,68 dólares, por lo que según el concepto dado anteriormente al ser un valor mayor a 0 el proyecto se acepta.

4.3.4 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

El TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a Cero (0). Iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

La interpolación para encontrar la TIR se realiza utilizando la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + \frac{VAN\ tm}{VAN\ tm - VAN\ TM} TM - tm$$

En donde:

tm= Tasa menor de descuento.

TM= Tasa mayor de descuento.

VAN TM = Es el valor actual con una tasa de interés alta, esto da como resultado siempre un VAN en cantidades negativas.

VAN tm = Es el valor actual con una tasa de interés baja, esto generalmente da como resultado un VAN en cantidades positivas.

(TM - tm) = Diferencia entre las tasas de interés alta y la tasa de interés baja.

Tabla No. 52: Cálculo de la Tasa Interna De Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO			
AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	tm	TM
		0,505	0,5139
0	-52.195,95	-52.195,95	-52.195,95
1	-44.124,20	-29.318,41	-29.146,05
2	66.434,59	29.330,62	28.986,78
3	69.477,14	20.381,33	20.023,98
4	75.723,89	14.760,02	14.415,98
5	142.410,88	18.444,24	17.908,42
VAN		\$ 1.401,85	(\$ 6,85)

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

La TIR es mayor que la tasa de descuento (51.39%>12.55%) que se consideró para deflactar los flujos netos de caja, de forma significativa y por encima del mínimo necesario de los parámetros

técnicos, por tanto muestra que la ejecución del proyecto va a dar una tasa positiva de recuperación de la inversión de llevarse a cabo.

4.3.5 Período de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo en el que tarda para recuperar el monto total de la inversión realizada, independientemente de los activos fijos que se hayan adquirido para la implementación del proyecto.

Tabla No. 53: Cuadro de Recuperación de la Inversión

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO	- 52.195,95	- 44.124,20	66.434,59	69.477,1 4	75.723,89	142.410,8 8
FLUJO AMORTIZACIÓN	- 52.195,95	- 96.320,15	- 29.885,56	39.591,5 8	115.315,4 7	257.726,3 5

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

$$PRI = Aa + \frac{FAa}{FNd}$$

$$PRI = 3 + \frac{29.885,56}{69.477,14}$$

$$PRI = 3 + 0,43015$$

$$PRI = 3,430$$

$$PRI = 3 \text{ año, 5 meses, 5 días}$$

El resultado muestra que la inversión efectuada será prácticamente recuperada luego de haber transcurrido tres años, cinco meses y cinco días del inicio de actividades del proyecto, razón por la cual se considera factible.

4.3.6 Interpretación del Costo Beneficio

Es un Índice de rendimiento. Determina cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Se lo implementa en proyectos sociales y particulares. Y nos ayuda a determinar la viabilidad del proyecto.

Tabla No. 54: Costo Beneficio

CONCEPTO/AÑOS	0	1	2	3	4	5
A.FLUJO DE BENEFICIOS						
1.Ventas		169.907,11	183.447,26	197.027,13	210.567,28	224.107,44
2.Valor Residual A. Fijos						52.971,63
3.Recup. Capital de Trabajo						9.926,69
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		169.907,11	183.447,26	197.027,13	210.567,28	287.005,76
FACTOR DE DESCUENTO		1,00	0,89	0,79	0,70	0,62
FLUJO DESCONTADO		169.907,11	162.991,54	155.536,98	147.690,42	178.856,97
VAN BENEFICIOS	724.106,37					

B.FLUJO DE COSTOS	0	1	2	3	4	5
1.Costos Operativos		48.927,28	44.881,96	41.137,41	42.516,74	40.329,13
2.Gastos Administrativ. Y Generales		11.460,08	18.591,20	25.579,23	27.609,11	33.380,15
3.Gastos Financieros		5.612,96	4.673,78	3.618,51	2.432,82	1.100,57
4.Depreciación y Amortización		6.897,99	13.795,99	20.538,98	22.311,30	27.811,63
4.Costos y Gastos de Ventas		95.777,05	0,00	0,00	0,00	0,00
5.Inv. Activos Fijos	89.511,26					
6.Inv. Activos Diferidos	1.377,00					
7.Inv. Capital de Trabajo	9.926,69					
TOTAL FLUJO DE COSTOS	100.814,95	168.675,37	81.942,92	90.874,12	94.869,97	102.621,48
FACTOR DE DESCUENTO	1,00	0,89	0,79	0,70	0,62	0,55
FLUJO DESCONTADO	100.814,95	168.675,37	72.805,68	71.737,77	66.541,14	63.951,91
VAN COSTOS	540.662,90					

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Cristina Martínez

$$\text{Relación } B_C = \frac{\text{VAN Beneficio}}{\text{VAN Costos}}$$

$$\text{Relación } B_C = \frac{724.106,37}{540.662,90}$$

$$\text{Relación } B_C = 1,34$$

La relación costo beneficio para los accionistas es positiva, puesto que por cada dólar que se invierta, este recibirá en retribución 0,34 centavos en su beneficio, calificándolo como muy buena.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1.- Perucho, como una de las 33 parroquias rurales de Pichincha y por encontrarse en la zona Centro-Norte de la misma cuenta con una posición geográfica privilegiada, al contar con una amalgama de climas que va de frío a clima tipo subtropical semi húmedo, dándole muy buenas facilidades para desplazar actividades agropecuarias benevolentes con sus habitantes que la tratan de planificar cada vez mejor, pero que de una u otra forma sus granjas representan sitios muy atractivos para estimular el turismo, ello junto a la magnífica biodiversidad de su belleza en flora y fauna.

2.- La parroquia cuenta con todos los recursos de infraestructura necesarios y la capacidad de albergar un número adecuado de turistas, que en la actualidad los oferta la Cabañas PELIKANO Express (vía cerca de Perucho), y Tradiciones de mi Tierra (ubicada en la ciudad de Perucho), pero insuficientes para cubrir la demanda que actualmente se ha venido generando gracias a sus fiesta culturales, la generosidad de su clima y los paradisiacos paisajes que tiene a su favor.

3.- Hoy en día con la nueva Ley de Descentralización territorial y autonomía de los pequeños gobiernos parroquiales, Perucho está llevando a cabo un Plan de Desarrollo participativo e incluyente a largo plazo, el mismo que busca mejorar sus vías, la dotación todos los servicios básicos a su habitantes, y de mejorar sustancialmente su equipamiento urbanístico con el afán de atraer un mejor flujo de comercio para sus productos al tiempo que propiciara el desarrollo de actividades paralelas como el turismo comunitarios, emprendidas por inversionistas privados.

4.- El Plandetur (Plan de Promoción Turístico Nacional, dirigida por el Ministerio de Turismo del Ecuador) es una oportunidad con la parroquia podría afinar sus propuestas de mejoramiento turístico, siempre y cuando planifique con objetividad y visión la cooperación que podría canalizar hacia la mejora de sus objetivos parroquiales específicos.

5.- El estudio de mercado desplazado alrededor de esta iniciativa de inversión, demuestra técnicamente que existe una demanda creciente en la parroquia en los últimos 5 años y que va en aumento continuo y moderado, gracias al cual se ha tomado la decisión de absorber el 60% de demanda existente en el flujo de visitantes al lugar, dado que existe un monopolio que cubre toda su capacidad instalada, y fuera de ella queda pendiente otra cantidad que no está siendo cubierta y

se la puede aprovechar al máximo, desde luego fijando límites de capacidad instalada, condiciones o periodos de flujo de los visitantes, como en detalle lo demuestra su información numérica.

6.- El Proyecto de creación de la operadora turística comunitaria Aventuras Crismar Cia Ltda., cuenta con una instalación que se la retoma (terreno, galpón y cabañas), y valora a la mitad de su valor residual acogiéndonos a los criterios técnicos que sugiere la contabilidad; más la instalación de otros accesorios; es casi completa y muy acogedora para entrar en Plan estratégico de promoción y reactivación del proyecto para su funcionamiento, más otro monto moderado que asumen los socios, como capital social de operación y apenas un 44% de aplacamiento para echar a andar en proyecto en su totalidad, confirma la viabilidad de mercado de emprender en su reactivación.

7.- Las cabañas cuentan habitaciones, sala con una pequeña biblioteca, área de gimnasia y música terapia, sala de recepciones, piscina, jardín y un amplio espacio con huertos frutales para el disfrute de los huéspedes, más otros servicios afines que brindara, así como los de un guía turístico para planificar la salida a los bosques, cascada, montañas, río, granjas integrales con animales, cultivos de cítricos y otra variedad de productos agrícolas de buena calidad.

8.- El proyecto a nivel presupuestario arroja información coherente y sustentada para llevar a cabo la inversión privada, desde el punto de vista que cuenta con una tasa interna de retorno de capital positiva equivalente al 44%, un valor costo beneficio entendible como; por cada dólar líquido que se invierta en el proyecto se recibirá 2,50 de dólares.

9.- El proyecto en el campo social ofrece 5 empleos fijos durante todo el año, al tiempo que genera ingresos por actividades paralelas, como ventas de bienes y servicios indirectos afines, como transporte, artesanías, cítricos, servicios de comida típica de ser gusto de turista, etc.

5.2 RECOMENDACIONES

1.- Al gobierno autónomo de la parroquia se recomienda realizar, un inventario integral de sus recursos naturales físicos y urbanísticos, para ponerlos en manos de todos los locales de hospedaje, etc., que brindan estos servicios, para que realicen un mejor plan óptimo de promoción y campaña de sus servicios.

2.- El presidente de la Junta Parroquial debe incluir, un plan de señalética adecuado, con las normas que estima correcto el ministerio de turismo, para fijar zonas de reserva natural, bosques protegidos como y hasta donde explorarlos, miradores, planes de que ayude a restringir la contaminación ambiental, especialmente con los desechos de sólidos, líquidos, y gases. De otra parte presentar planes concretos de mejoramiento espacial: parques, museos, canchas deportivas, biblioteca, jardines públicos, puesto de auxilio inmediato (policía), mejor equipamiento del sub centro de salud, lugares de estacionamiento adecuados, un mercado bien organizado, telefonía, una apropiada iluminación de la ciudad, para que el ministerio de turismo y otros, canalicen obras que ayudaran al flujo de visitantes al lugar.

3.- A los dueños de negocios y sitios de atención al turista, deben asociarse con el gobierno parroquial para crear una oficina de información al visitantes, que incluya enclaves turísticos naturales de la parroquia, locales de recepción, centros de ventas de bienes y servicios, complejos deportivos, lugares culturales, fechas de fiesta culturales e información sobre estas, de forma que se conviertan en medios satisfactorios y oportunos de decidir y disfrutar del turista.

4.- A los socios miembros del proyecto, emprender una campaña esmerada de publicidad, aparte de usar sus recursos presupuestados, deberán aprovechar la publicidad que la puede dar los entes públicos, como el ministerios de turismo, concejo provincial y municipio de Quito.

5.- De igual forma es conveniente trabajar sobre la base de los precios de la competencia, de forma que no ahuyente al turista, e irlos incrementado año a año en un 10% de forma moderada equivalente al nivel de inflación (que también prevé la subida en el costo de los insumos en los presupuestos) de forma que refleje precios estándares por el servicio de hospedaje aceptables en el mercado.

6.- Es recomendable asumir la deuda de financiamiento por medio de la corporación financiera nacional a 5 años, es decir el mediano plazo ya que como institución de apoyo estatal, brinda las mejores opciones de endeudamiento para salir a flote con el pago de préstamo sin que afectara

mayor mente la inversión y las ganancias que se deberán repartir a partir del tercer año entre los socios.

7.- Es muy importante contar con un plan bien organizado de recepción y trato al huésped, así como de valores y principios corporativos que se incluyen en el proyecto, de forma que garanticen el buen trato y comportamiento con el turista, así como el apego a las normas que afianzan un clima de confianza y armonía de trabajo entre sus empleados.

ANEXOS

Anexo No. 1: Encuesta

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ESTADÍSTICA Y FINANZAS**

1.- Información Personal. Indique por favor su edad, género, y procedencia.

Edad entre:

☐ 15 a 20 años

☐ 21 a 30 años

☐ 31 a 40 años

☐ 41 a 50 años

☐ 51 a 60 años

☐ 61 y más años

GÉNERO:

☐ Masculino

☐ Femenino

Lugar de procedencia: _____ Ciudad: _____

2.- ¿Indique el medio por el cual ha viajado a la Provincia de Pichincha?

☐ Transporte Aéreo

☐ Transporte Terrestre Público

☐ Transporte Terrestre Propio

☐ Transporte Terrestre de alquiler

3.- Califique el servicio terrestre:

☐ Excelente

☐ Bueno

☐ Malo

4.- ¿Visitaría usted la Parroquia de Perucho, donde puede realizar caminata, natación, acampar en la montaña, ciclismo, descanso y relajamiento?

☐ SI

☐ NO

☐ No responde

5.- ¿Qué precio paga usted de una noche solo por el servicio de hospedaje?

Por una noche y un día de hospedaje:

☐ \$24

☐ \$28

☐ \$32

6.-¿En qué temporada visitaría la Parroquia de Perucho?

☐ En sus fiestas

☐ Por vacaciones

☐ En temporadas aconsejables

☐ En Feriados

☐ Cada fin de semana

☐ Cada mes

☐ Cada año

☐ En fechas que Ud. Podría /año

7.- ¿Por cuánto tiempo se quedaría?

☐ Dos días

☐ Tres días

☐ Cuatro días

☐ Cinco días

☐ Más de cinco días

8.- ¿Visitaría usted la Parroquia de Perucho con?

☐ Solo

☐ Con amigos y familia

☐ Con la familia

☐ Con compañeros de trabajo

☐ Con amigos

☐ Otros

9.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en las Cabañas y en la Parroquia de Perucho?

☐ a. Excursiones y fotografía

☐ b. Natación

☐ c. Descanso (musicoretapia, de relax, etc.)

☐ d. Cabalgata

☐ f. De distracción y esparcimiento en las fiestas

☐ g. Varias de ellas

10.- Su nivel de ingresos se ubica:

☐ a. De \$300 a \$500 dólares

☐ c. De \$1001 a \$1500 dólares

☐ b. De \$501 a \$1000 dólares

☐ d. De 1501 en adelante

11.- ¿A qué forma de pago se sujetaría usted en este tipo de distracción?

☐ Efectivo

☐ Tarjeta debito

☐ Crédito directo a 15 días y hasta 1,5 meses plazos

12.- ¿Cuánto usualmente paga usted por un día de visita a cabañas en una parroquia dentro de la provincia, donde incluya: Hospedaje, alimentación, guía turístico, piscina, etc? (un día y una noche por persona)

- ☐ De \$46 a 50 dólares
- ☐ De \$51 a 55 dólares
- ☐ De \$40 a 45 dólares

13.- ¿A través de qué medios le sería más cómodo saber de “Nosotros y Nuestro Servicio” (puede escoger más de una, máximo dos)?

- ☐ Internet
- ☐ Intermediadoras Turísticas
- ☐ Publicidad impresa y repartida estratégicamente
- ☐ Otros
- ☐ Medios Oficiales del Estado (x ejemplo Min de Turismo, Concejo/s Provincial/es, Municipio.
- ☐ Vallas Publicitarias

- ☐ Medios de promoción pública

14.- ¿Por qué medio le gustaría recibir el servicio post venta?

- ☐ Telefónica
- ☐ Internet
- ☐ Correo Personal

BIBLIOGRAFÍA

ACERENZA MIGUEL, Administración del turismo, conceptualizaciones y organización, Editorial Trillos, México 1998.

ANDREWS KENNETH, “Modelo estándar de la Estrategia” Escuela de Negocios de Harvard

BACA URBINA GABRIEL, “Evaluación de Proyectos”, 4ta. Edición, Editorial McGraw-Hill, México, 2004.

BOJO J., MALER, K.G. Y UNEMO, L. 1990. Environment and development: an economic approach. Dordrecht. Kluwer.

Bruselas. Comisión de las Comunidades Europeas. 2001. Sexto Programa de Acción de la Comunidad Europea en materia de medio ambiente.

CARPENTER S.R., 1991. “Investigación de la Tecnología Sustentable”. Ed: J. Pitt y E. Lugo, Sexta Conferencia Internacional de los Procedimientos de la Sociedad y la Psicológica de la Tecnología”, Blacksburg.

Catastros del Ministerio de Turismo del Ecuador Min. de Turismo, Plandetur 2020, Fundación Ecuador Libre. Cap.

Comisión de las Comunidades Europeas. 1992 2011. Quinto Programa de la Unión Europea en materia de medio ambiente. Hacia un desarrollo sostenible. Bruselas.

DORNBUSCH RUDIGER, FISCHER, “Macroeconomía” y 84-481-1883-9. McGraw Hill. ISBN

E. NURIA, Un “Empresa para el Futuro”, Edit. Manso, Madrid – España, 3ra edición, Año 2011, p. 57.

ESTEBAN RUIZ BALLESTEROS DORIS SOLÍS CARRIÓN, “Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y Sostenibilidad Social” Edición Ilustrada, Editorial Abya Yala, año 2009, No de págs.83.

FEPTCE, Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador: “Turismo Comunitario en el Ecuador” Quito – Ecuador, Fecha 18 / Sep. 2011, p. 3 – 5.

HERNÁNDEZ ABRAHAM, “Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión”, Editorial Thompson, 4ta Edición, México, 2002, p.52

KOTLER PHILIP, AMST RON GARY, Mercadotecnia” “Fundamentos de y Edición. Segunda

LEVIT, “Estadística Aplicada a la Administración”. Edit. Plaga, México D.C., p 34.

LOPEZ G. JOSÉ Y SÁNCHEZ CAÑIZARES MARÍA, “Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en Países en vías de Desarrollo. - Un Estudio de Caso en el Salvador” Edit. Cultura & ambiente, El Salvador, pág. 48, año 2011.

LASO MAGDALENA, **Marketing** – Planificación. Servicios Turísticos” Editorial: 3er Planeta, Madrid España, año 2010, p. 68.

MANKIW N GREGORY, “Principios de Economía”. Mc Graw Hill. ISBN 84-481-1422-1, Año 2012

Ministerio de Turismo del Ecuador: PLANDETUR... 2020.

MIREN ARTARAZ, Escuela Universitaria de Empresariales, Universidad del País Vasco-Euskal / Herriko Unibertsitatea, C/ Nieves Cano, 33 y Vitoria-Gasteiz. 01006

N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta edición

NICOLE FONTAINE, “Informe Consejo Europeo de Gotemburgo” Estocolmo Suecia, p. 25, 2001

OXFORD COMISIÓN MUNDIAL DE MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO. 1987. Our Common Future. Oxford University Press.

PIERCE, “Replantando la Economía desde la Óptica del Desarrollo Ambiental”, Edit. Santander, Traducid por Erick Barroso, 3ra publicación, Costa Rica, Año 1993.

REDCLIFT A., “La Gestión de los Recursos Naturales en el Reordenamiento Socio Económico del Mundo”, p. 27, año 1992.

REYES PONCE AGUSTÍN, “Sistemas de Organización” Edit. Henry. 3era edición, Barcelona – España, p. 73.

ROSILLO JORGE, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Editorial Cengage Learning, Bogotá-Colombia, 2008, p.62

SAMUELSON PAUL. & NORDHAUS WILLIAM D., “Macroeconomía”, McGraw-Hill. ISBN 84-481-0648-2.

OMT. Organización Mundial del y 28. “Conferencia de Río de Janeiro "Agenda 21. Desarrollo y Medio Ambiente.

Fuentes Electrónicas

www.buenostrabajos.com/ensayos/Demandaci%C3%B3n-De-La-Demanda-Potencial-Insatisfecha/3417598.html. (2012,12)

www.captur.com/codigo2002/fornularios/Docs/creacion_agencia_viajes.pdf.

www.Ecosites.co.uk/

www.e-visualreport.com/objetivos.html

www.forobuscadores.com/marketing-internet-articulo.php, p. 12, año 2011

www.gerencie.com/activos-intangibles.html

www.gerencie.com/materia-prima.html

www.marketing-xxi.com/capitulo-10-el-plan-de-marketing-en-la-empresa.html, p. 12 – 50. Año 2011

www.oocities.org/es/angelcontreras01/pype/pype1.htm

www.sociedadinternacionaldeturismo.com./es